

**PENGARUH LAYANAN *WEBFORM* BANK SYARIAH  
INDONESIA, LAYANAN *MOBILE BANKING* DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH**

(Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Ponorogo)

**SKRIPSI**



Oleh :

Maghfirotul Isnaini Rahmah

NIM 402190144

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

## ABSTRAK

Rahmah, Maghfiratul Isnaini. Pengaruh Layanan *Webform* Bank Syariah Indonesia, Layanan *Mobile Banking*, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Mahasiswa di Ponorogo). *Skripsi*. 2023. Jurusan Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Dr. Shinta Maharani, M.Ak.

**Kata Kunci:** *Webform* Bank Syariah Indonesia, *Mobile Banking*, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah.

Hasil wawancara yang telah peneliti lakukan tentang layanan *webform* BSI, layanan *m-banking* dan juga usaha bank dalam mendapatkan kepercayaan nasabah belum terlaksana secara maksimal. Terbukti dengan adanya kendala-kendala yang masih ada dari layanan *webform* yang dirasa masih ribet, dan kadang lambat ketika banyak yang mengakses dalam satu waktu, adanya *system error* pada *m-banking* dan juga masih belum maksimal dalam memperoleh kepercayaan nasabah dikarenakan berbagai hal tersebut. Sehingga kurang maksimalnya hal-hal tersebut akan berdampak pada tingkat kepuasan nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari layanan *webform* BSI, *m-banking*, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah objek populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pada perguruan tinggi di Ponorogo yang diukur sampelnya dalam penelitian ini menggunakan rumus Bailey sehingga total sampelnya adalah 97 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pengolahan dan analisis data melalui uji asumsi klasik, regresi liner berganda, dan hipotesis dengan spss 22.

Ditinjau dari hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut : bahwa layanan *webform* bank syariah Indonesia, layanan *mobile banking*, dan kepercayaan berpengaruh positif baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa perguruan tinggi di Ponorogo.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Maghfirat ul Isnaini Rahmah	402190144	Perbankan Syariah	Pengaruh Penggunaan Webform Bank Syariah Indonesia, Layanan Mobile Banking Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Mahasiswa Di Ponorogo

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 2 Mei 2023


Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

  
**Muhtadin Amri, M.S.Ak.**  
NIP. 198907102018011001

Menyetujui,

Pembimbing

  
**Dr. Shinta Maharani, M. Ak.**  
NIP. 197905252003122002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Layanan *Webform* Bank Syariah Indonesia,  
Layanan *Mobile Banking* Dan Kepercayaan Terhadap  
Kepuasan Nasabah Pada Mahasiswa Di Ponorogo  
Nama : Maghfiratul Isnaini Rahmah  
NIM : 402190144  
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu  
syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Perbankan Syariah.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang :  
Dr. Amin Wahyudi M.E.I  
NIP. 197506022002121003

Penguji I :  
Maulida Nurhidayati, M.Si  
NIP. 198910222018012001

Penguji II :  
Dr. Shinta Maharani, M.Ak  
NIP. 197905252003122002

Ponorogo, 15 Mei 2023

Mengesahkan

Dekan FEBI IAIN Ponorogo



Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.  
NIP. 197207142000031005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Terakreditasi "B" sesuai SK BAN-PT Nomor :2619/SK/BAN-PT/Ak-SURV/PT/XI/2019  
Alamat : Jl. Puspita Jaya, Jenangan, Ponorogo Telp. (0352) 3576565, Kode Pos 63492  
Email: febi@iainponorogo.ac.id Website: <http://iainponorogo.ac.id>

**SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maghfiratul Isnaini Rahmah  
NIM : 402190144  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi/ Tesis : Pengaruh Layanan *Webform* Bank Syariah Indonesia,  
Layanan *Mobile Banking*, Dan Kepercayaan Terhadap  
Kepuasan Nasabah Studi Pada Mahasiswa Perguruan  
Tinggi di Ponorogo.

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di [etheses.iainponorogo.ac.id](http://etheses.iainponorogo.ac.id). Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 23 Mei 2023  
Hormat Saya,

Maghfiratul Isnaini Rahmah  
NIM 402190144





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

---

**PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Maghfiratul Isnaini Rahmah

NIM : 402190144

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“PENGARUH LAYANAN *WEBFORM* BANK SYARIAH INDONESIA,  
LAYANAN *MOBILE BANKING* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH PADA MAHASISWA DI PONOROGO”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya seni saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya..

Ponorogo, 15 Mei 2023

Pembuat Pernyataan,



Maghfiratul Isnaini Rahmah

NIM 402190144

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Kepuasan Nasabah.....	10
2. Kualitas Layanan.....	21
3. Kepercayaan .....	26
B. Penelitian Terdahulu .....	29
C. Kerangka Pemikiran.....	41
D. Hipotesis .....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
A. Rancangan Penelitian.....	47

B.	Variabel Penelitian dan Definisi operasional.....	47
C.	Lokasi Penelitian.....	50
D.	Populasi dan Sampel.....	50
E.	Jenis dan Sumber Data.....	53
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	54
G.	Instrumen Penelitian .....	54
H.	Validitas dan Reabilitas Instrumen.....	55
I.	Teknik Pengolahan Data.....	57
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA.....</b>		<b>63</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
B.	Hasil Pengujian Instrumen.....	65
C.	Hasil Uji Deskriptif.....	69
D.	Hasil Pengujian Hipotesis.....	78
E.	Pembahasan.....	88
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>92</b>
A.	Kesimpulan .....	92
B.	Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>95</b>





**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran..... 42

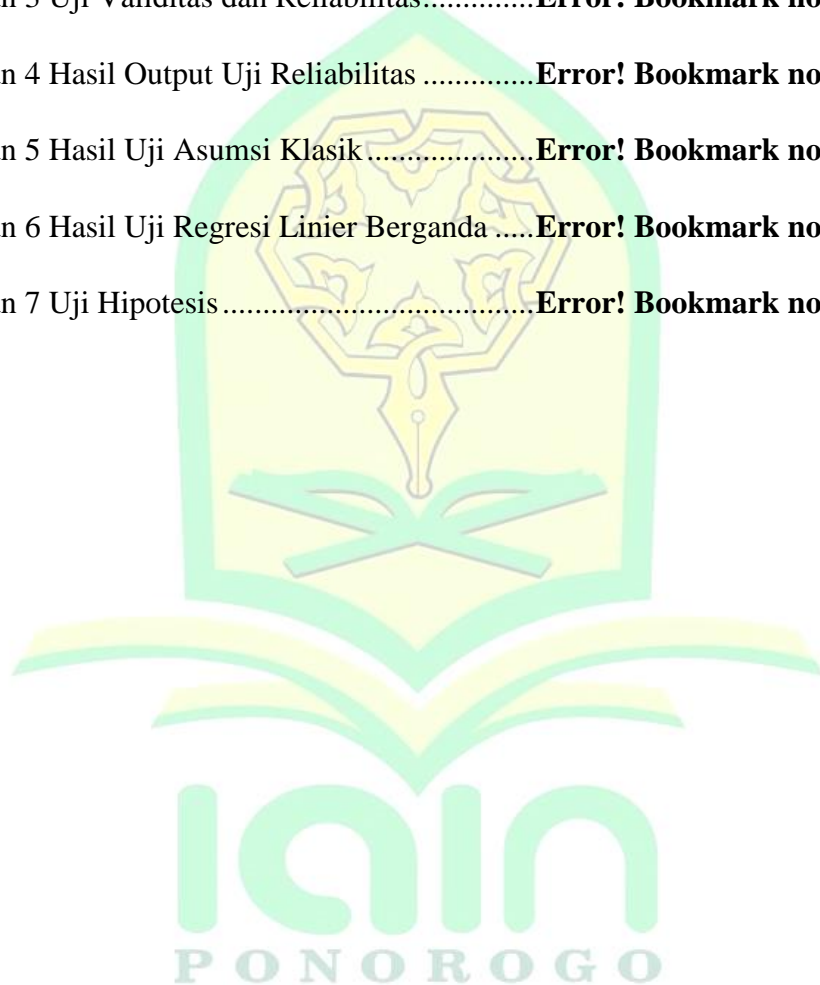


## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1	Definisi Operasional	48
Tabel 4. 1	Hasil Pengujian Validitas Variabel Y	66
Tabel 4. 2	Hasil Pengujian Validitas Variabel X1	66
Tabel 4. 4	Hasil Pengujian Validitas Variabel X2	67
Tabel 4. 5	Hasil Pengujian Validitas Variabel X3	68
Tabel 4. 6	Hasil Pengujian Reliabilitas	68
Tabel 4. 7	Hasil Uji Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4. 8	Hasil Uji Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 4. 9	Hasil Uji Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Lembaga	71
Tabel 4. 10	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan	73
Tabel 4. 11	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Layanan <i>Webform</i> BSI	74
Tabel 4. 12	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Layanan <i>Mobile Banking</i>	75
Tabel 4. 13	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan	76
Tabel 4. 14	Hasil Pengujian Normalitas	77
Tabel 4. 15	Hasil Pengujian Multikolinieritas	78
Tabel 4. 16	Hasil Pengujian Autokorelasi	79
Tabel 4. 17	Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	82
Tabel 4. 18	Hasil Uji t	83
Tabel 4. 19	Hasil Uji f	86
Tabel 4. 20	Hasil Uji Koefisien Determinasi	87

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner.....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 2 Data Uji Coba Validitas dan Reliabilitas..... **Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 4 Hasil Output Uji Reliabilitas .....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....**Error! Bookmark not defined.**
- Lampiran 7 Uji Hipotesis.....**Error! Bookmark not defined.**



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Bank syariah merupakan bank yang kegiatan usahanya berprinsip dengan syariah islam. Menurut jenisnya bank syariah terdiri dari 2 jenis yaitu Bank Umum Syariah dan juga Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.<sup>1</sup> Perbankan Syariah merupakan suatu sistem perbankan yang di kembangkan dengan berdasar hukum islam. Berdirinya perbankan syariah tidak terlepas dari gagasan didirikannya Bank Muamalat. Bank Muamalat merupakan bank islam pertama yang sistem operasionalnya bergerak menggunakan prinsip islam. Perbankan syariah mempunyai banyak produk yang bisa ditawarkan kepada nasabah. Bagi nasabah pelayanan yang bermutu sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabahnya. Perbankan merupakan lembaga intermediasi yang dalam operasionalnya membutuhkan kepercayaan masyarakat terutama kepercayaan nasabah.<sup>2</sup>

Dengan dibarengi pertumbuhan teknologi yang sangat pesat di era ini maka pelayanan juga harus mengimbanginya dengan pelayanan yang cepat, mudah dan juga fleksibel. Pesatnya system informasi menjadikan berubahnya cara bertemunya perusahaan dengan konsumennya, tidak terkecuali perbankan. Kualitas layanan kini sudah harus berkembang melalui teknologi informasi sebagai strategi untuk mencapai kesuksesan

---

<sup>1</sup> Otoritas Jasa Keuangan: Perbankan Syariah <https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Pages/Undang-Undang-Nomor-21-Tahun-2008-Tentang-Perbankan-Syariah.aspx>, (Diakses: 22 Desember, Pukul 16.55)

<sup>2</sup> Veithzal Rivia dan Arviyan Arifin, Islamic Banking (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 503.

perusahaan/lembaga.<sup>3</sup> Oleh karena itu Bank Syariah Indonesia meluncurkan gagasan- gagasan terbaru yaitu dalam bentuk *m-banking* dan *webform* BSI guna mempermudah nasabahnya dalam bertransaksi.

*Webform* BSI adalah fasilitas web yang dibuat oleh Bank Syariah Indonesia untuk para nasabahnya. Setelah di merger, Bank Syariah Indonesia (BSI) memperlihatkan peningkatan digital pada operasional sistemnya, diantaranya memutuskan kebijakan untuk para nasabahnya yaitu jika ingin melakukan transaksi offline diupayakan mendaftarkan jenis transaksinya menggunakan *webform* BSI.<sup>4</sup>

*Mobile Banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan. *Mobile Banking* tidak akan berjalan apabila tidak didukung oleh telepon seluler dan internet. Setiap orang yang memiliki ponsel dapat memanfaatkan fasilitas ini, untuk bertransaksi di mana saja dan kapan saja dengan mudah. Adanya berbagai kemudahan layanan perbankan tersebut, diharapkan nasabah merasa puas dalam menggunakan berbagai macam jasa yang diberikan oleh pihak bank.<sup>5</sup>

Tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan juga didasari oleh kepercayaan para nasabahnya. Suatu perusahaan termasuk dunia

---

<sup>3</sup>Zeithaml, et al. "Service Quality Delivery Through Web Sites:A Critical Review of Extant Knowledge." Jurnal, Academy of Marketing Science, 2002. hal. 7

<sup>4</sup> Yoannisa Fitri S, Azri Nur M, Widwi Handari A," Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan *Webform* BSI dan *BSI Mobile* Terhadap Kepuasan Nasabah",Al- Kharaj: Jurnal Ekonomi,Keuangan dan Bisnis Syariah, Volume 4, Nomor 6, (2022), 3.

<sup>5</sup> Aditya wardana, Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia. DeReMa Jurnal Manajemen, No 2 Volume 10. September 2015.



perbankan juga harus membangun rasa percaya nasabah dalam menggunakan produk dan layanannya. Kepercayaan atas layanan didefinisikan sebagai kekuatan dalam menunjukkan kompetensi, kejujuran, integritas dan prediktibilitas sebuah layanan dan Menurut Arisutha Kepercayaan merupakan elemen kunci bagi kesuksesan hubungan dan kecenderungan kaitan terhadap berbagai penilaian layanan dan kepuasan yang dirasakan nasabah.<sup>6</sup>

Kualitas pelayanan dan kepercayaan nasabah merupakan tolak ukur dalam suatu perusahaan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan yang sangat penting untuk nasabah dapat terus bekerjasama dengan bank dan sebuah kepercayaan nasabah merupakan modal yang baik untuk mendapatkan kepuasan. Oleh karena hal itu bank diuntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya. Kepuasan dapat ditentukan dengan membandingkan apa yang diharapkan nasabah dengan yang mereka dapatkan. Jika hasilnya lebih tinggi dari yang diharapkan, nasabah puas. Dan sebaliknya, nasabah akan merasa tidak puas jika kurang dari apa yang diharapkan. Dan kepuasan nasabah bank tersebut dapat direalisasikan dengan layanan yang baik dan efisien.<sup>7</sup>

Kepuasan nasabah adalah hal yang *urgent* yang harus diperhatikan dalam usaha jasa terutama dibidang perbankan. Menurut Freddy Rangkuti, kepuasan adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah

---

<sup>6</sup> Arlian Halisan, Arief Purwanto, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah yang Menabung Pada Bank Sultra", Volume 4, Nomor 1, (2018), 16

<sup>7</sup> I Wayan dan Santika, I. W. M., "Pengaruh Kepercayaan Nasabah, Bauran Produk dan Bauran Lokasi Terhadap Transaksi Nasabah", E-Jurnal Manajemen Unud. Vol.5, No.1. P 739 2016,

pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan produk/jasa.<sup>8</sup> Sedangkan Menurut Kotler dan Keller, kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.<sup>9</sup> Secara umum, kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan nasabah.<sup>10</sup>

Hasil Wawancara yang peneliti lakukan terhadap mahasiswa pengguna layanan *Webform* BSI yang sekaligus penggunaan *m-banking* yang bernama Farid Ahmada Kahfi mengatakan cukup puas terhadap layanan *webform BSI* karena mempercepat dalam proses pembayaran kepada teller, tetapi dalam proses penggunaan lebih banyak memerlukan input data jadi dirasa sedikit ribet dan terkadang juga transaksi lambat ketika banyak yang menggunakan. Dan terkait penggunaan layanan *m-banking* cukup puas karena tidak hanya sebagai sahabat financial tetapi juga sahabat spiritual karena didalam aplikasi *m-banking* terdapat layanan ber infak. Hanya saja kadang terdapat *system eror* pada *m-banking* .<sup>11</sup>

Hasil wawancara selanjutnya yaitu kepada mahasiswa Ponorogo yang juga nasabah BSI yang bernama Fikka Putri Hidayah mengatakan bahwa dia cukup percaya dengan layanan-layanan yang ditawarkan oleh

---

<sup>8</sup> Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 7.

<sup>9</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 144.

<sup>10</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 182.

<sup>11</sup> Farid Ahmada Kahfi, Wawancara, 6 Desember 2022

BSI tetapi dia merasa belum cukup puas, karena ketika mempercayakan layanan dan dituntut waktu segera melakukan transaksi kadang layanan tersebut eror.<sup>12</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan, layanan *webform* BSI, layanan *m-banking* dan juga usaha bank dalam mendapatkan kepercayaan nasabah belum terlaksana secara maksimal. Terbukti dengan adanya kendala-kendala yang masih ada dari layanan *webform* yang dirasa masih ribet, dan kadang lambat ketika banyak yang mengakses dalam satu waktu, adanya *system error* pada *m-banking* dan juga masih belum maksimal dalam memperoleh kepercayaan nasabah dikarenakan berbagai hal tersebut. Sehingga kurang maksimalnya hal-hal tersebut akan berdampak pada tingkat kepuasan nasabah.

Dilatarbelakangi dari seluruh penjelasan diatas. Disini penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh layanan *Webform* BSI, Layanan *Mobile Banking* dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa di Ponorogo).

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah terurai diatas, maka penulis menemukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah layanan *webform* BSI berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah ?

---

<sup>12</sup> Fikka Putri Hidayah, wawancara, 6 Desember 2022

2. Apakah layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah?
3. Apakah Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan nasabah ?
4. Apakah layanan *webform* BSI, Layanan *mobile banking* dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang diangkat, maka tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh layanan *webform* BSI terhadap kepuasan nasabah.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh layanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.
4. Untuk mengetahui pengaruh layanan *webform* BSI, layanan *mobile banking* dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah

### **D. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat mendapat manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk para pembaca ataupun peneliti sebagai bahan studi lanjut.
- b. Dapat dijadikan sebagai referensi pengembangan ilmu terkait topik penelitian yang sama dengan penelitian ini.
- c. Dapat memberikan sumbangsih pemikiran dalam dunia perbankan.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, sebagai pengaplikasian teori-teori yang diperoleh semasa bangku kuliah, dan menambah pengalaman dan juga latihan dalam pemecahan masalah sebelum penulis terjun dalam dunia kerja yang sesungguhnya, serta sebagai sarana menambah wawasan penulis tentang bidang kajian yang ditekuni selama kuliah.
- b. Bagi Akademisi, diharapkan dapat menambah wawasan khususnya mahasiswa- mahasswi jurusan perbankan syariah tentang seberapa pengaruh layanan *webform* BSI, layanan *mobile banking* dan juga kepercayaan terhadap kepuasan nasabah BSI
- c. Bagi Lembaga Keuangan Bank Syariah Indonesia, diharapkan penelitian ini dijadikan bahan evaluasi dalam hal layanan- layanan yang dan juga kinerja bank syariah. Dan penelitian ini mampu memberikan masukan yang bermanfaat sehingga dapat menjadikan bank syariah Indonesia lebih baik lagi.
- d. Bagi Masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menambah



pengetahuan dan pemahaman dalam bertransaksi dan dapat memaksimalkan layanan-layanan BSI terutama layanan *webform* BSI dan *mobile banking*.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Penyajian skripsi ini disajikan dalam sistematika pembahasan yang berisikan lima bab, yaitu :

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

##### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi teori. Teori yang relevan dengan variabel penelitian yang akan diteliti. Teori-teori yang dibahas yaitu teori kepuasan, teori layanan dan kepercayaan. Selain itu pada bab ini membahas terkait studi penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

##### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

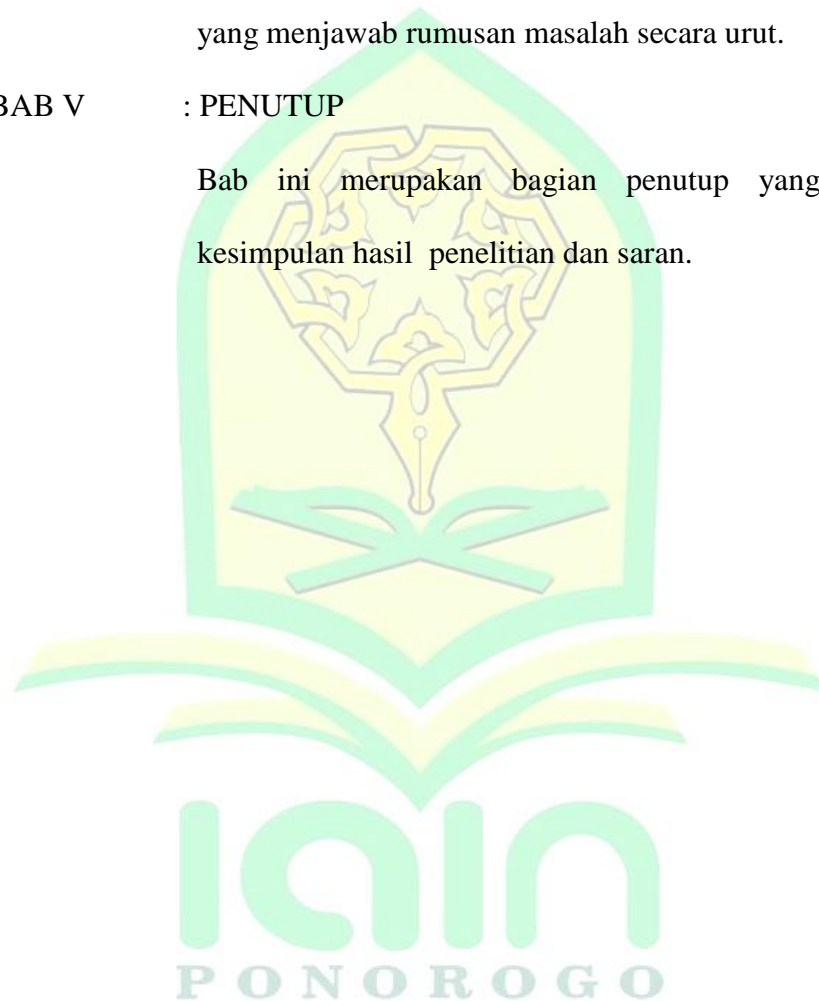
Bab ini menyajikan secara lengkap setiap langkah penelitian yang dilakukan dalam pendekatan penelitian kuantitatif, seperti lokasi penelitian, rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, validitas dan reliabilitas, serta teknik pengolahan data dan analisis data.

**BAB IV : PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA**

Bab ini menelaah hasil penelitian yang memuat beberapa hal seperti: a) penjelasan ilmiah mengenai alasan diperolehnya hasil-hasil penelitian; b) memaparkan hasil uji data dalam bentuk tabel dan narasi singkat; c) sub bab yang menjawab rumusan masalah secara urut.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian penutup yang memuat kesimpulan hasil penelitian dan saran.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Kepuasan Nasabah**

###### **a. Definisi Kepuasan**

Kepuasan nasabah yang disampaikan Freddy Rangkut yaitu kepuasan nasabah berjalan berbarengan dengan ketidakpuasan. Artinya, respon nasabah terhadap evaluasi dan ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Jadi kepuasan adalah suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh nasabah pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan produk/jasa.<sup>1</sup>

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.<sup>2</sup> Setelah menggunakan produk, nasabah akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong nasabah untuk menggunakan ulang produk. Sebaliknya, jika kecewa nasabah tidak akan menggunakan produk yang sama lagi di kemudian hari. Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-

---

<sup>1</sup> Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 7

<sup>2</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 144.

kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen. Kekecewaan timbul apabila kinerja yang aktual tidak memenuhi harapan nasabah.<sup>3</sup>

Secara umum kepuasan nasabah yaitu nasabah akan merasa puas ketika produk ataupun layanan sesuai dengan yang diharapkan.

b. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Freddy Rangkuti mengatakan bahwa kepuasan nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu: <sup>4</sup>

- 1) Kualitas layanan (*service quality*), yaitu nasabah akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 2) Kualitas produk (*product quality*), yaitu nasabah akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 3) Harga (*price*), yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabah.
- 4) Faktor situasi (*situational factor*), yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh nasabah.
- 5) Faktor pribadi (*personal factor*), yaitu karakteristik nasabah

---

<sup>3</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 181.

<sup>4</sup> Freddy Rangkuti, Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001, 8.

yang mencakup kebutuhan pribadi.<sup>5</sup>

Ninik Rustanti menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, meliputi:<sup>6</sup>

- 1) Kualitas produk. Nasabah akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Harga produk, merupakan nilai yang dapat dikenakan terhadap produk tersebut. Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada nasabahnya.
- 3) Kualitas layanan, yakni seberapa baik pelayanan yang diterima oleh nasabah. Nasabah akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 4) Sikap terhadap produk, yakni berupa sikap yang muncul dari emosi atau rasa dari dalam diri nasabah. Nasabah akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadapnya bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai

---

<sup>5</sup> M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 134.

<sup>6</sup> Ninik Rustanti, *Buku Ajar Ekonomi Pangan dan Gizi*, 34.



sosial yang membuat nasabah menjadi puas terhadap merek tertentu.

5) Biaya dan kemudahan mendapatkan produk, yaitu apakah dalam memperoleh suatu produk dibutuhkan biaya yang cukup besar/kecil, termasuk juga nasabah mudah mendapatkannya atau tidak. Nasabah akan merasa puas jika tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.

c. Manfaat Kepuasan

Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan:<sup>7</sup>

- 1) Loyal pada bank, artinya kemungkinan kecil nasabah akan pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah yang bersangkutan.
- 2) Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
- 3) Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama, dalam hal

---

<sup>7</sup> Kasmir, Manajemen Perbankan (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 264.

ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank.

4) Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut. Hal inilah yang menjadi keinginan bank karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti terhadap kualitas jasa yang ditawarkan.

d. Model Kepuasan Nasabah

Secara garis besar, riset-riset kepuasan nasabah didasarkan pada tiga teori, yaitu:<sup>8</sup>

1) *Contrast theory*, mengasumsikan bahwa nasabah akan membandingkan kinerja produk aktual dengan ekspektasi sebelum pembelian. Apabila kinerja aktual lebih besar atau sama dengan ekspektasi maka nasabah akan puas dan sebaliknya.

2) *Assimilation theory*, menyatakan bahwa evaluasi purnabeli merupakan fungsi positif dari ekspektasi nasabah sebelum membeli. Nasabah secara persepsi cenderung mendistorsi perbedaan antara ekspektasi dan kinerjanya ke arah ekspektasi awal karena proses diskonfirmasi secara psikologis tidak nyaman dilakukan. Arti lainnya adalah penyimpangan dari ekspektasi cenderung akan diterima

---

<sup>8</sup> Ujang Sumarwan, Ahmad Jauzi, Asep Mulyana, Bagio Nugroho Karno, Ponti Kurniawan Mawardi, dan Wahyu Nugroho, Riset Pemasaran dan Konsumen, Seri 1 (Bogor: IPB Press, 2013), 143.

oleh nasabah yang bersangkutan

3) *Assimilation-contrast theory*, berpegang pada terjadinya efek asimilasi atau efek kontras merupakan fungsi dari tingkat kesenjangan antara kinerja yang diharapkan dengan kinerja aktual. Apabila kesenjangannya besar nasabah akan memperbesar gap tersebut sehingga produk dipersepsikan jauh lebih bagus atau buruk dibanding dengan kenyataannya (*contrast theory*). Namun jika kesenjangannya tidak terlalu besar asimilasi teori yang berlaku.<sup>9</sup>

Menurut model diskonfirmasi teori yang dikutip oleh Sumarwan, kepuasan nasabah merupakan dampak dari perbandingan antara harapan nasabah sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh nasabah dari produk yang dibeli tersebut. Ketika nasabah membeli suatu produk maka ia memiliki harapan tentang bagaimana produk tersebut berfungsi (*product performance*), produk akan berfungsi sebagai berikut:<sup>10</sup>

1) Produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan, hal inilah yang disebut sebagai diskonfirmasi positif (*positive disconfirmation*) yang apabila terjadi maka nasabah akan merasa puas.

---

<sup>9</sup> *Ibid.*,

<sup>10</sup> *Ibid.*, 144

- 2) Produk berfungsi seperti yang diharapkan, hal inilah yang disebut sebagai konfirmasi sederhana (*simple confirmation*). Produk tersebut tidak memberikan rasa puas dan produk tersebut juga tidak mengecewakan nasabah. Nasabah akan memiliki perasaan netral.
- 3) Produk berfungsi lebih buruk dari yang diharapkan, hal inilah yang disebut sebagai diskonfirmasi negatif (*negative disconfirmation*). Produk yang berfungsi buruk dan tidak sesuai dengan harapan nasabah akan menyebabkan kekecewaan sehingga nasabah tidak merasa puas.

e. Memantau Kepuasan Nasabah

Bank harus melakukan pemantauan kepuasan nasabah agar selalu terjalin hubungan kenasabahan yang memuaskan. Beberapa metode untuk memantau kepuasan nasabah tersebut adalah:<sup>11</sup>

1) Sistem keluhan dan saran

Bank harus menyediakan kotak saran ditempat yang mudah dijangkau oleh nasabah. Lebih baik lagi, bagi nasabah yang ingin memberikan saran telah disediakan formulir sehingga nasabah tinggal mengisi. Beberapa bank yang berwawasan nasabah, menyediakan telpon bebas

---

<sup>11</sup> Murti Sumarni, Manajemen Pemasaran Bank (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2011), 228.

pulsa yang memudahkan nasabah untuk melakukan kontak dengan bank. Arus informasi seperti ini membuat bank dapat bertindak cepat guna menyelesaikan masalah yang terjadi.

## 2) Survei kepuasan nasabah

Tingkat keluhan nasabah belum mencerminkan ukuran kepuasan nasabah. Bank yang responsif mengukur kepuasan nasabah dengan mengadakan survei berkala atau mengirim daftar pertanyaan atau juga menelpon para nasabah baru untuk mendengar reaksi mereka terhadap kinerja bank dan kinerja pesaing bank. Di sini bank dapat sekaligus menanyakan kemungkinan nasabah melakukan transaksi ulang. Hal ini akan dilakukan nasabah apabila mereka mendapatkan kepuasan yang tinggi.<sup>12</sup>

## 3) Pembeli hantu (*ghost shopper*)

Bank dapat mengirim petugas untuk berpura-pura menjadi nasabah bank pesaing dan kemudian membandingkan layanan bank pesaing dengan layanan bank sendiri.

## 4) Nasabah yang sudah tidak membeli lagi (*lost customer analysis*)

Apabila bank kehilangan pelanggan maka bank harus

---

<sup>12</sup> *Ibid.*,

berupaya untuk mengetahui mengapa mereka tidak loyal lagi kepada bank. Apakah tarif jasa yang mahal, produk yang kurang dapat diandalkan atau pelayanan yang kurang memuaskan. Selain melakukan wawancara, bank perlu pula memantau tingkat kehilangan pelanggan (*customer lost rate*), yang apabila meningkat maka berarti bank gagal dalam memuaskan nasabahnya.

f. Elemen Kepuasan Nasabah

Lima elemen yang menyangkut kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:<sup>13</sup>

1) Harapan (*expectations*)

Harapan nasabah terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum nasabah membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, nasabah berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan, dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan nasabah akan menyebabkan nasabah merasa puas.

2) Kinerja (*performance*)

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil

---

<sup>13</sup> Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), 210-211.



maka konsumen akan merasa puas.

### 3) Perbandingan (*comparison*)

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Nasabah akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

### 4) Pengalaman (*experience*)

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

### 5) Konfirmasi (*confirmation*) dan diskonfirmasi (*Disconfirmation*)

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Nasabah akan merasa puas ketika terjadi *confirmation/disconfirmation*.<sup>14</sup>

#### g. Indikator Kepuasan Nasabah

Tidak ada satupun ukuran tunggal/terbaik mengenai kepuasan nasabah yang disepakati secara universal.

---

<sup>14</sup> Ibid.,

Meskipun demikian, di tengah beragamnya cara mengukur kepuasan nasabah, terdapat kesamaan paling tidak dalam lima konsep inti, yaitu:<sup>15</sup>

- 1) Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*). Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan nasabah adalah langsung menanyakan kepada nasabah seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan nasabah keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.
- 2) Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*). Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidakesesuaian antara harapan nasabah dengan kinerja aktual produk perusahaan.
- 3) Minat pembelian ulang (*repurchase intent*). Kepuasan nasabah diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah nasabah akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

---

<sup>15</sup> Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer* (Yogyakarta: Andi, 2000), 101.

4) Kesiediaan merekomendasikan (*willingnes to recommend*). Kesiediaan nasabah untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

5) Ketidaksiuasan nasabah (*customer dissatisfaction*). Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidaksiuasan nasabah, meliputi: komplain, retur atau pengembalian produk, biaya garansi, *recall*, *word of mouth negatif*, dan *defections*.<sup>16</sup>

## 2. Kualitas Layanan

### a. Definisi Kualitas Layanan

Menurut Lewis dan Booms yang dikutip oleh Tjiptono, kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi nasabah. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai dengan ekspektasi nasabah.<sup>17</sup> Definisi kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan nasabah<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> *Ibid.*,

<sup>17</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi 2017), 142.

<sup>18</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2006), 59.

## b. Layanan Elektronik

Layanan elektronik (*electronic service*) adalah istilah yang sangat generik, biasanya mengacu pada penyediaan layanan melalui internet, sehingga layanan elektronik bisa juga termasuk perdagangan internet, mungkin juga termasuk layanan non komersial (online), yang biasanya disediakan oleh pemerintah.<sup>19</sup> Penggunaan peralatan elektronik dalam penyelenggaraan pelayanan memberikan dampak yang sangat luar biasa, karena dengan bantuan peralatan elektronik, pelayanan dapat dilakukan dengan cara yang jauh lebih cepat, lebih efisien, dan lebih akurat. Dengan demikian customers akan sangat puas. *Electronic service* ini sudah lama diimplementasikan dalam pelayanan perbankan dengan adanya pelayanan *SMS banking*, *internet banking*, dan *mobile banking*.<sup>20</sup>

### 1) *Webform* BSI

*Webform* merupakan istilah yang berasal dari kata formulir web, pengertian dari formulir web adalah dokumen yang memiliki format yang berisi bidang kosong yang dapat diisi oleh pengguna BSI dengan data dalam bentuk media internet. Karena pada akhirnya, saat ini sudah

---

<sup>19</sup> Ratminto, Fidyah Shabrina, Rima Ranintya Yusuf, Lutfi Untung Angga Laksana, Sri Wahyuni, Susi Apriyanti, *Pelayanan Prima: Pedoman Penerapan Momen Kritis Pelayanan dari A sampai Z* (Yogyakarta: UGM Press, 2018), 62.

<sup>20</sup> *Ibid.*, 61.

banyak yang bergantung pada alat digital seperti *handphone* dan komputer.

Kehadiran *webform* diharapkan dapat menyelesaikan banyak macam masalah karena cara kerja dan prosesnya sudah sepenuhnya melewati tahapan kertas. *Webform* juga dapat memudahkan pengguna tanpa membedakan jenis *smartphone* atau komputer yang digunakan dan tidak perlu menggunakan perangkat lunak apapun untuk membuka serta menggunakan formulir.<sup>21</sup>

Penggunaan media elektronik pada saat ini sudah semakin berkembang sehingga banyak perusahaan yang bersaing mengembangkan metode-metode baru yang diluncurkan, begitupun pada institusi perbankan saat ini meluncurkan berbagai layanan baru berbasis digital demi melindungi para customer atau nasabah dari peredaran virus yang sedang berkembang pesat saat ini. Berikut manfaat layanan *webform* BSI:<sup>22</sup>

a) Memeriksa sendiri kelengkapannya

Formulir web atau digital dapat memeriksa sendiri untuk memastikan tidak ada data yang kosong, dan jenis informasi yang dimasukkan sudah benar dan teliti

b) Konfirmasi Pengiriman

---

<sup>21</sup> “Novika, wawancara, 3 Januari 2023”

<sup>22</sup> “Novika, wawancara, 3 Januari 2023”

Formulir web atau digital memiliki e-mail konfirmasi pengiriman yang dapat mengetahui setiap pengiriman lembar formulir.

c) Penyimpanan otomatis dan analisis data

Dengan komposisi yang tepat, formulir web bisa disimpan langsung dalam database.

d) Dapat melakukan transaksi seperti transfer antar bank maupun sesama bank, kemudian dapat melakukan setor tunai atau menabung hanya dengan mengisi formulir pada laman webform

e) Dapat membuka rekening secara online dengan begitu nasabah hanya tinggal mengambil buku tabungan dan kartu di bank terdekat.<sup>23</sup>

Indikator layanan webform BSI menurut Perangin dan Tirtokusumo yakni sebagai berikut: <sup>24</sup>

- a) Kemudahan Penggunaan
- b) Efisiensi
- c) Kecepatan Akses
- d) Efektifitas

## 2) *Mobile Banking*

### a) *Pengertian Mobile Banking*

*Mobile banking* yaitu sebuah fasilitas bank dalam

<sup>23</sup> Novika, wawancara, 3 Januari, 2023.

<sup>24</sup> W Perangin Angin, W dan Tirtokusumo, *Layanan Elektronik Perbankan*, 2019.



era modern yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *mobile banking* antara lain yaitu pembayaran, transfer, sejarah, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank<sup>25</sup>

b) Layanan *Mobile Banking*

Jenis-jenis layanan perbankan syariah yang terdapat pada *m-banking* relatif sama dengan internet banking, yaitu:<sup>26</sup>

- (1) Transfer dana antar rekening atau ke bank lain
- (2) Informasi saldo dan mutasi rekening
- (3) Pembayaran tagihan kartu kredit, angsuran, asuransi, rekening listrik, air, telepon, TV kabel, zakat, dan lain-lain.
- (4) Pembelian tiket transportasi, token listrik, pulsa HP, kuota data, dan lain-lain

---

<sup>25</sup> Hanif Astika Kurniawati, Alfi Arif, and Wahyu Agus Winarno, „Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi“, E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi, 4.1(2017), 24

<sup>26</sup> Muammar Arafat Yusmad, Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 78.

(5) Layanan lainnya seperti informasi notifikasi rekening dan kurs valuta asing.

c) Indikator Layanan *Mobile Banking*

Menurut Tatik Suryani, indikator kualitas layanan electronic banking adalah sebagai berikut:<sup>27</sup>

- (1) Efisiensi (*efficiency*), yaitu memampukan bank untuk membuat situs yang mudah dan sederhana untuk digunakan nasabah.
- (2) Pemenuhan janji (*fulfillment*), yaitu kesediaan bank untuk memenuhi pengiriman pesan dan informasi yang dijanjikan pada nasabah.
- (3) Kesediaan sistem beroperasi (*system availability*), yaitu kemampuan bank membuat fungsi teknis yang benar pada situs bank.
- (4) Privasi (*privacy*), yaitu tingkat kemampuan bank memberikan kepercayaan kepada nasabah agar merasa aman, bebas dari resiko dan keragu-raguan.
- (5) Jaminan/kepercayaan (*assurance/trust*), yaitu kemampuan bank atau karyawan memberikan pelayanan yang dapat menimbulkan kepercayaan nasabah kepada bank.

### 3. Kepercayaan

#### a. Definisi Kepercayaan

---

<sup>27</sup>Tatik Suryani, *Manajemen Strategik Bank di Era Global: Menciptakan Nilai Unggul untuk Kepuasan Nasabah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2017), 165.

Menurut Kotler dan Keller kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung kepada mitra bisnis.<sup>28</sup> Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan.<sup>29</sup> Kepercayaan nasabah dalam menabung dan juga layanan-layanan bank pada lembaga keuangan syariah merupakan keyakinan nasabah untuk mempertahankan hubungan jangka panjang.

Kepercayaan dimaknai sebagai kemauan atau kesediaan antara individu (satu pihak dengan pihak lain) untuk saling mengandalkan satu dengan yang lain. Selanjutnya disebut juga kepercayaan karena timbul sebagai hasil dari persepsi kredibilitas pihak yang dipercaya akan mampu untuk mewujudkan semua kewajiban dan janji yang telah dinyatakan.<sup>30</sup> Oleh karena itu, jaminan kepercayaan yang diberikan oleh bank haruslah menjadi salah satu daya tarik bagi nasabah dalam memilih bank sebagai tempat yang benar-benar dapat dipercaya sebagai tempat menabung.

#### b. Jenis- Jenis Kepercayaan

Ada beberapa jenis dalam kepercayaan konsumen,

---

<sup>28</sup> Kotler dan Keller, Manajemen Pemasaran, terj Bob Sabran 219.

<sup>29</sup> Ibid., 219.

<sup>30</sup> I Wayan dan Santika, I. W. M., "Pengaruh Kepercayaan Nasabah, Bauran Produk dan Bauran Lokasi Terhadap Transaksi Nasabah", E-Jurnal Manajemen Unud. Vol.5, No.1. P 739 2016, 740.

kepercayaa ini meliputi:<sup>31</sup>

1) Kepercayaan Moral

Kepercayaan moral berarti masyarakat percaya kepada bank tersebut, karena bank mempunyai nama baik dan belum pernah melakukan pelayanan tercela di masyarakat

2) Komersial

Kepercayaan komersial diartikan masyarakat menilai bank tersebut selalu memberikan pelayanan yang baik

3) Keuangan

Kepercayaan financial (keuangan) diartikan masyarakat percaya kepada bank dengan memperhatikan kekayaannya dan kebijakannya menarik tabungan dari masyarakat.<sup>32</sup>

c. Indikator Kepercayaan

1) Kompetensi

Kompetensi adalah persepsi atas pengetahuan, kemampuan untuk menyelesaikan masalah, dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan lain yang dimiliki oleh satu pihak

2) Integritas

Integritas merujuk kepada kejujuran kebenaran. Dimensi ini adalah yang paling penting saat seseorang menilai apakah orang lain dapat dipercaya atau tidak. Integritas merupakan pondasi

---

<sup>31</sup> Basuki, A., Sarma, M., dan Purwanto, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengusaha Kecil Menengah Untuk Menabung (Studi Kasus : Bank BNI Cabang Cianjur Jawa Barat)", Jurnal MPI (Manajemen Pendidikan Islam), Vol.3,No.2 2008, 58.

<sup>32</sup> *Ibid.*,

yang baik dalam membangun komunikasi yang efektif. Jika kita membangun komunikasi dengan rasa saling menghargai dan menghormati, maka kita dapat membangun kerjasama yang baik

### 3) Kejujuran

Pernyataan yang sesuai dengan kondisi yang ada. Serta dalam penyampaian informasi tidak berlebihan dan sesuai dengan fakta yang terjadi

### 4) Kebaikan hati

Didasarkan pada besarnya kepercayaan kepada mitranya. Kepercayaan nasabah mungkin ditangkap oleh persepsi. Sesuatu yang memiliki sikap baik akan membentuk niat untuk menggunakan produk dengan baik.<sup>33</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Judul	Hasil Pengujian	Perbedaan	Persamaan
1.	Yoannisa Fitriani, Azri Suhayati, Nur Maulina, Widwi Handari Aji dengan Judul "Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan <i>Webform</i> BSI,	1. Berdasarkan hasil olah data penelitian yang didapatkan, tidak ada pengaruh secara parsial antara Pemahaman Bertransaksi Menggunakan <i>Webform</i> BSI terhadap Kepuasan Nasabah	Penelitian yang dilakukan oleh yoannisa, Azri dan Widwi Handari memfokuskan penelitian tentang pemahaman bertransaksi <i>Webform</i> BSI	Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti terkait <i>webform</i> BSI, <i>Mobile Banking</i> dan kepuasan nasabah.

<sup>33</sup> Kotler dan Keller, Manajemen Pemasaran, terj Bob Sabran 219.

No	Nama Peneliti dan Judul	Hasil Pengujian	Perbedaan	Persamaan
	dan BSI <i>Mobile</i> terhadap kepuasan nasabah” (2022)	2. hasil nilai dari prob signya 0,000 lebih kecil 0,05 serta nilai dari t hitung 5.415 lebih dari t tabel 1,988. Artinya ada pengaruh secara parsial antara variabel Pemahaman Bertransaksi Menggunakan BSI <i>Mobile</i> dan Kepuasan Nasabah. <sup>34</sup>	dan BSI <i>Mobile</i> , sedangkan peneliti memfokuskan meneliti tentang pengaruh layanan <i>Webform</i> BSI, layanan <i>Mobile Banking</i> serta Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah	
2.	Fauzhul Azhar, Azharsyah Ibrahim, Akmal Riza dengan Judul “Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Banda Aceh” 2022	1. Teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. 2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah 3. Teknologi informasi dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. <sup>35</sup>	Perbedaan kedua penelitian ini terdapat pada variabel X. variabel X dalam jurnal ini yaitu Teknologi Informasi Dan Kualitas layanan, sedangkan variabel x peneliti yaitu penggunaan <i>webform</i> BSI, layanan <i>M-banking</i> , dan kepercayaan.	Persamaan kedua penelitian ini yaitu terdapat pada variabel Y yaitu sama-sama tentang kepuasan nasabah
3.	Annisa Fitria, Aang Munawar dan Pebi Faisal Pratama yang	1. mempunyai T hitung sebesar $0.918 < T$ tabel 1.985 dan nilai signifikan $0.361 >$	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Annisa Fitria, Aang dan Pebi	Persamaan Dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama meneliti

<sup>34</sup> Yoannisa Fitri S, Azri Nur M, Widwi Handari A,” Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan *Webform* BSI dan BSI *Mobile* Terhadap Kepuasan Nasabah”, Al- Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah, Volume 4, Nomor 6, (2022), 7.

<sup>35</sup> Fauzhul Azhar, Azharsyah Ibrahim, Akmal Riza, Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Banda Aceh, *Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business*, Vol.3, No.1, Mei 2022, 14.



No	Nama Peneliti dan Judul	Hasil Pengujian	Perbedaan	Persamaan
	berjudul “ Pengaruh penggunaan <i>Internet banking, Mobile Banking</i> dan <i>SMS Banking</i> terhadap kepuasan Nasabah Bank BNI” (2021)	<p>0.05. Maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> yaitu <i>Internet Banking</i> tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah</p> <p>2. variable <i>Mobile Banking</i> (X<sub>2</sub>) menunjukkan t hitung sebesar 6.161 &gt; t tabel 1.985 dan nilai signifikansi 0.000 &lt; 0.05. Maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H<sub>1</sub> yaitu <i>Mobile Banking</i> berpengaruh signifikan secara persial terhadap kepuasan nasabah</p> <p>3. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variable <i>SMS Banking</i> (X<sub>2</sub>) menunjukkan T hitung sebesar 9.929 &gt; T tabel 1985 dan nilai signifikansi 0.000 &lt; 0,05. Maka dari hasil tersebut dapat disimpukan bahwa H<sub>1</sub> yaitu <i>SMS Banking</i> berpengaruh signifikan secara persial terhadap</p>	<p>Faisal yang pertama studi kasus penelitian padan Bank BNI dan variable yang di ambil X<sub>1</sub> <i>Internet Banking</i>, X<sub>2</sub> <i>Mobile Banking</i>, X<sub>3</sub> <i>SMS Banking</i> sedangkan peneliti mengambil studi kasus Mahasiswa di Ponorogo dan mengambil variable X<sub>1</sub> layanan <i>Webform</i> bsi, X<sub>2</sub> layanan <i>Mobile Banking</i> dan X<sub>3</sub> Kepercayaan.</p>	terkait kepuasan nasabah dan <i>mobile Banking</i> .

No	Nama Peneliti dan Judul	Hasil Pengujian	Perbedaan	Persamaan
		kepuasan nasabah <sup>36</sup>		
4.	Bunga Vabiolla, Inayatillah, Evriyenni dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah". 2021	<ol style="list-style-type: none"> <li>Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.</li> <li>Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.</li> <li>Variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>37</sup></li> </ol>	Perbedaan dalam kedua penelitian ini yaitu variabel X1 dan X2 pada jurnal yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan, sedangkan variabel yang diambil oleh peneliti ada 3 variabel yaitu layanan <i>Webform</i> BSI, layanan <i>mobile banking</i> dan juga kepercayaan. Lalu perbedaan selanjutnya yaitu terletak pada studi kasus, dalam jurnal studi kasusnya yaitu nasabah bank BRI Syariah Cabang Darrusalam Banda Aceh sedangkan studi kasus peneliti yaitu mahasiswa layanan <i>webform</i> BSI dan <i>mobile Banking</i> di	Persamaan antara kedua penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.

<sup>36</sup> Annisa Fitria, Aang Munawar, Pebi Faisal Pratama, Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking, dan SMS Banking terhadap kepuasan Nasabah Bank BNI. *Digital Banking and Customer Satisfaction*. Januari 2021, 51.

<sup>37</sup> Bunga Vabiolla, Inayatillah, Evriyenni, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap kepuasan nasabah bank BRI, *Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business*, Vol.2, No.2, November 2021, 90.

No	Nama Peneliti dan Judul	Hasil Pengujian	Perbedaan	Persamaan
			Ponorogo.	
5.	Taufiq Chaidir, Ikhsan Ro'is, Akhmad Jufri dengan judul "Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)". 2021.	<p>1. Determinan atau faktor penentu yang mempengaruhi niat berperilaku dan perilaku menggunakan m-banking ada 4 variabel yakni harapan kinerja (X1), harapan usaha (X2), dukungan sosial (X3), dan kondisi fasilitas (X4). Dari ke 4 variabel tersebut hanya harapan usaha yang tidak berpengaruh signifikan, sedangkan harapan kinerja, dukungan sosial, dan kondisi fasilitas berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku nasabah menggunakan m-banking pada bank konvensional maupun pada bank syariah.</p> <p>2. Hasil pembuktian menunjukkan bahwa baik jenis kelamin maupun usia tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku nasabah menggunakan m-banking pada bank konvensional maupun pada bank</p>	Pada penelitian ini variabel yang digunakan yakni harapan kinerja (X1), harapan usaha (X2), dukungan sosial (X3), dan kondisi fasilitas (X4). Sedangkan yang diteliti oleh peneliti yakni layanan <i>webform</i> BSI, layanan <i>mobile banking</i> dan kepercayaan	Kedua penelitian ini sama-sama meneliti tentang <i>mobile banking</i> .

No	Nama Peneliti dan Judul	Hasil Pengujian	Perbedaan	Persamaan
		syariah. 3. hasil temuan membuktikan bahwa usia tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku menggunakan m-banking pada bank konvensional maupun pada bank syariah. 4. Pengujian terahir membuktikan bahwa niat perilaku berpengaruh signifikan terhadap perilaku menggunakan m-banking. <sup>38</sup>		
6.	Nurrahma Putri, skripsi yang berjudul "Kendala Dalam Pengoperasian <i>Mobile Banking</i> Pada Nasabah Bri Syariah (Bsi) Kota Bengkulu". (2021)	Adapun kendala dan pengoperasian dalam <i>mobile banking</i> yang dihadapi oleh nasabah BRI Syariah Bengkulu adalah tentang jaringan hal ini berdampak pada eror, gagal login. Sehingga untuk mengatasinya membeli operator yang bagus dan memiliki <i>smartphone</i> yang kuat sehingga memudahkan dalam pengoperasian <i>Mobile Banking</i> BRI Syariah Bengkulu	Perbedaan antara kedua penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh nurrohmah tentang kendala dalam pengoperasian <i>mobile banking</i> pada nasabah BSI kota Bengkulu, sedangkan peneliti meneliti tentang pengaruh layanan <i>webform</i> BSI, layanan <i>m-</i>	Persamaan kedua penelitian ini yaitu sama-sama membahas terkait <i>mobile banking</i> .

<sup>38</sup> Taufiq Chaidir, Ikhsan Ro'is, Akhmad Jufri, Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol.3, No.1, Maret 2021, 73.

No	Nama Peneliti dan Judul	Hasil Pengujian	Perbedaan	Persamaan
			<i>banking</i> dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.	
7.	Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani dan Abdul Jalil dengan judul "Pengaruh Pelayanan <i>Mobile Banking</i> terhadap kepuasan Nasabah ( studi pada mahasiswa perbankan syariah IAIN Palu ) 2020	<ol style="list-style-type: none"> <li>variabel kecepatan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang dibuktikan dengan nilai thitung 1,338 &lt; nilai ttabel, 1,681 dan nilai signifikan sebesar 0,000 &lt; 0,05</li> <li>Variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang dibuktikan dengan nilai thitung - ,472 &lt; nilai ttabel, 1,681 dan nilai signifikan sebesar 0,000 &lt; 0,05</li> <li>Variabel akurasi data tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang dibuktikan dengan nilai thitung ,990 &lt; nilai ttabel, 1,681 dan nilai signifikan sebesar 0,000 &lt; 0,05</li> <li>Variabel kepercayaan data tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah yang dibuktikan dengan nilai thitung 4,142 &gt;</li> </ol>	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Nurdin, Indah, Nurfitriani dan jalil dengan peneliti yaitu penelitian hanya memfokuskan penelitian tentang pengaruh layanan <i>mobile banking</i> terhadap kepuasan nasabah, sedangkan peneliti meneliti 3 variabel layanan <i>webform</i> BSI, Layanan <i>Mobile Banking</i> dan Kepercayaan	Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang kepuasan nasabah dan juga sama-sama mengambil studi kasus mahasiswa



No	Nama Peneliti dan Judul	Hasil Pengujian	Perbedaan	Persamaan
		nilai ttabel, 1,681 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ <sup>39</sup>		
8.	Ardiansyah Japlani, Fitriani, Siti Mudawamah dengan Judul “Pengaruh kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada Cabang BMT Fajar Metro Pusat” 2020.	Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan dapat dilihat dari hasil uji F. <sup>40</sup>	Perbedaan kedua penelitian ini yaitu variable yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Ardiansyah dkk yaitu X1 Kulitias Pelayanan dan X2 Kepercayaan sedangkan penelitian yang peneliti lakukan mengambil 3 variabel.	Persamaan kedua penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang kepercayaan dan juga kepuasan nasabah.
9.	Jeany, Maulisiagian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa” (2020)	1. Kualitas pelayanan (.X1) parsial berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah BPR Artha Prima Perkasa. 2. Kepuasan nasabah (X2.) parsial berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah BPR Artha Prima Perkasa. 3. Kualitas pelayanan (X1.) serta	Perbedaan kedua penelitian ini yaitu kepuasan nasabah dalam jurnal merupakan variabel X atau variabel yang mempengaruhi sedangkan dalam penelitian peneliti kepuasan nasabah	Persamaanlam kedua penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang kepuasan nasabah

<sup>39</sup> Nurdin Nurdin, Indah Musyawah, Nurfitriani, Abdul Jalil, Pengaruh Pelayanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah, *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, vol.2 No.1, 2020, 96.

<sup>40</sup> Ardiansyah, Fitriani, Siti Mudawamah, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada Cabang BMT Fajar Metro Pusat, *Jurnal Ilmiah Keuangan dan Perbankan*, vol.3, No.1, April 2020, 83.



No	Nama Peneliti dan Judul	Hasil Pengujian	Perbedaan	Persamaan
		kepuasan nasabah (X2.) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR Artha Prima Perkasa. <sup>41</sup>	merupakan variabel Y atau variabel yang terpengaruh	
10.	Yeni Anda Dwinurpitasari skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk <i>Mobile Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bri Syariah Kcp Ponorogo”. 2019.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo.</li> <li>2. Kualitas produk <i>mobile banking</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo.</li> <li>3. Kualitas layanan <i>mobile banking</i> dan kualitas produk <i>mobile banking</i> secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo.<sup>42</sup></li> </ol>	Perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu terletak pada variabel X keduanya. Variabel X dari skripsi Yeni menggunakan 2 variabel yaitu kualitas layanan dan Produk <i>Mobile banking</i> . Sedangkan variabel peneliti terdapat 3 variabel x yaitu layanan <i>webfom</i> BSI, Layanan <i>M-Banking</i> Dan Kepercayaan	Persamaan dari kedua penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang <i>Mobile banking</i> dan sama-sama menggunakan variabel Kepuasan nasabah sebagai variabel Y.
11.	Intan Dwi Yuniar Fadillah, skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Dan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KC Madiun</li> <li>2. Kepercayaan berpengaruh</li> </ol>	Perbedaan dari kedua penelitian ini yaitu pada variabel Y. pada penelitian yang dilakukan oleh intan	Persamaan kedua penelitian ini yaitu sama-sama meneliti pengaruh dari kepercayaan

<sup>41</sup> Jeany, Mauli Siagian, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bpr Artha Prima Perkasa, *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, vol.7, no.3, September 2020, 339.

<sup>42</sup>Yeni Anda Dwinurpitasari, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bri Syariah Kcp Ponorogo”, *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo,2019)

No	Nama Peneliti dan Judul	Hasil Pengujian	Perbedaan	Persamaan
	Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank BRI Syariah KC Madiun” .(2019)	signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KC Madiun 3. Pengetahuan dan kepercayaan secara bersama – sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KC Madiun. <sup>43</sup>	menggunakan variabel Y Keputusan nasabah dalam menabung, sedangkan dalam penelitian peneliti menggunakan variabel Y kepuasan nasabah.	
12.	Ajeng Fitriani, skripsi yang berjudul “Kepercayaan Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Sekampung)”. (2019)	Berdasarkan hasil penelitian kepercayaan nasabah terhadap BPRS Aman Syariah Sekampung maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan nasabah BPRS Aman Syariah terbentuk karena visi misi BPRS Aman Syariah yaitu Mendidik masyarakat untuk selalu memikirkan masa depan dan tidak hanya mengantungkan kepada nasib, namun lebih menekankan kepada usaha. <sup>44</sup>	Perbedaan kedua penelitian ini yaitu pada metode penelitian, skripsi Ajeng Fitriani menggunakan jenis deskriptif kualitatif, sedangkan penelitian peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif	Persamaan kedua penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang kepercayaan nasabah.
13.	Anggiat Parluhutan Tambunan Dengan Judul “Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah	1. Secara parsial, variabel kepercayaan dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Semakin tinggi tingkat kepercayaan, maka loyalitas nasabah	Perbedaan antara kedua penelitian ini yaitu pada jurnal kepuasan merupakan variabel X sedangkan dalam penelitian	Persamaan antara kedua penelitian ini yaitu sama sama membahas terkait kepercayaan dan juga kepuasan nasabah.

<sup>43</sup> Intan Dwi Yuniar Fadillah, “Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Bri Syariah Kc Madiun”, *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo,2019)

<sup>44</sup> Ajeng Fitriani, “Kepercayaan Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Sekampung)”. *Skripsi* (Lampung: IAIN METRO, 2019)

No	Nama Peneliti dan Judul	Hasil Pengujian	Perbedaan	Persamaan
	(Studi Kasus Pada Sebuah Bank Daerah Di Kota Medan) 2018.	akan semakin tinggi. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, maka loyalitas nasabah akan semakin tinggi 2. Secara bersamaan, variabel kepercayaan dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. <sup>45</sup>	peneliti kepuasan merupakan variabel Y atau variabel yang di pengaruhi.	
14.	Engkur dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di Dki Jakarta” (2018)	1. Tidak terdapat pengaruh positif signifikan variabel tangible terhadap kepuasan nasabah bank syariah 2. Terdapat pengaruh positif signifikan variabel responsiveness terhadap kepuasan nasabah bank syariah. 3. Tidak terdapat pengaruh positif signifikan variabel reliability terhadap kepuasan nasabah bank syariah. 4. Tidak terdapat pengaruh positif signifikan variabel assurance terhadap kepuasan nasabah bank syariah 5. Terdapat pengaruh positif signifikan variabel Empathy terhadap kepuasan nasabah bank	Perbedaan kedua penelitian ini yaitu variabel dalam jurnal hanya memfokuskan pembahasan terkait kualitas pelayanan sedangkan dalam penelitian peneliti terdapat 3 variabel X atau variabel yang mempengaruhi yaitu layanan <i>webform</i> BSI, layanan <i>mobile banking</i> dan kepercayaan	Persamaan kedua penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel Y Kepuasan nasabah.

<sup>45</sup> Anggiat Parluhutan Tambunan, Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah, *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, vol.1, No.1, Agustus 2018, 46.

No	Nama Peneliti dan Judul	Hasil Pengujian	Perbedaan	Persamaan
		syariah 6. Terdapat pengaruh positif signifikan variabel compliance to Islamic law terhadap kepuasan nasabah bank syariah. 7. Terdapat pengaruh positif signifikan secara simultan ke enam variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah di DKI Jakarta. <sup>46</sup>		
15.	Rian Maulana, Iskandar, Masrura Maylani dengan judul "Pengaruh Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan <i>Technology Acceptance Model</i> ". (2018)	1. Diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 11,127$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ , maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksikan variabel Minat atau dengan kata lain ada pengaruh <i>Usefulness</i> (X) terhadap variabel Minat (Y). 2. Koefisien regresi X sebesar 0,640 menyatakan bahwa setiap pertambahan 1% nilai <i>Usefulness</i> , maka nilai Minat bertambah sebesar 0,640. Koefisien regresi tersebut bernilai positif,	Perbedaan antara kedua penelitian ini yaitu pada variabel Y. pada penelitian yang dilakukan oleh Rian Maulana dkk, variabel Y yaitu minat nasabah dalam bertransaksi menggunakan <i>Technology Acceptance Model</i> sedangkan variabel Y yang peneliti yaitu Kepuasan Nasabah	Persamaan dalam kedua penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan <i>mobile banking</i> sebagai variabel yang mempengaruhi .

<sup>46</sup> Engkur, Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah, *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Vol.14, No.01, April 2018, 30.

No	Nama Peneliti dan Judul	Hasil Pengujian	Perbedaan	Persamaan
		sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. <sup>47</sup>		

### C. Kerangka Pemikiran

Kerangka teoritis merupakan model konseptual dari sebuah teori atau kumpulan teori yang memberikan penjelasan logis mengenai hubungan atau beberapa faktor yang berhasil diidentifikasi sebagai faktor penting untuk menjelaskan masalah yang akan diteliti.<sup>48</sup> Kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dua variabel atau lebih. Apabila penelitian hanya membahas sebuah variabel atau lebih secara mandiri, maka yang dilakukan peneliti disamping mengemukakan deskripsi teoritis untuk masing-masing variabel, juga argumentasi terhadap variasi besaran variabel yang diteliti. Penelitian yang berkenaan dengan dua variabel atau lebih, biasanya dirumuskan hipotesis yang berbentuk komparasi maupun hubungan. Oleh karena itu dalam rangka menyusun hipotesis penelitian yang berbentuk hubungan maupun komparasi, maka perlu dikemukakan kerangka berpikir.<sup>49</sup>

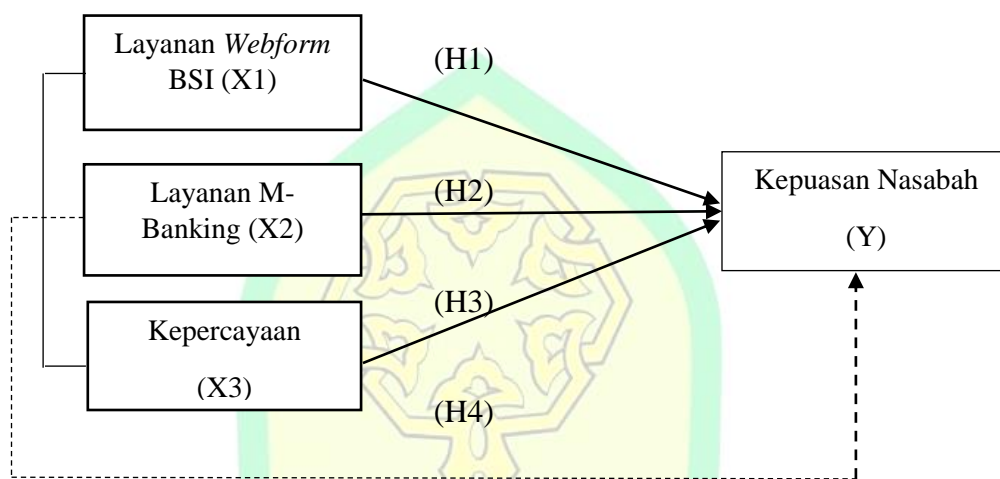
<sup>47</sup> Rian Maulana, Iskandar, Masrura Maylani, Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model, *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, Vol.2, No.2, Oktober 2018, 153.

<sup>48</sup> Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2015), 93.

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 60.



Variabel independen dalam penelitian ini adalah layanan *webform* BSI (X1), Layanan *M- Banking* (X2) dan Kepercayaan (X3). Sedangkan variabel dependennya adalah Kepuasan nasabah (Y). Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2. 1

#### Kerangka Berfikir

Keterangan :

- > : Uji Parsial  
 - - - - -> : Uji Simultan

#### D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.<sup>50</sup> 2 Di mana hipotesis yang masih merupakan jawaban sementara tersebut, selanjutnya akan dibuktikan

<sup>50</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R dan D (Bandung:CV Alfabeta, 2016), 64.



kebenarannya secara empiris/ nyata.<sup>51</sup> Dari rumusan masalah dan kerangka pemikiran di atas maka peneliti menetapkan hipotesis dari penelitian ini adalah:

1. Hipotesis terkait dengan pengaruh layanan *Webform* BSI terhadap kepuasan nasabah.

*Webform* merupakan istilah yang berasal dari kata formulir web, pengertian dari formulir web adalah dokumen yang memiliki format yang berisi bidang kosong yang dapat diisi oleh pengguna BSI dengan data dalam bentuk media internet. Karena pada akhirnya, saat ini sudah banyak yang bergantung pada alat digital seperti *handphone* dan komputer.

Penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriani yaitu kepuasan nasabah terhadap layanan *webform* BSI dikarenakan nasabah telah memahami dan merasakan dampak positif dari *webform* itu sendiri. Dan hasil penelitian mengatakan bahwa layanan *webform* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>52</sup> Dan hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini gita bahwa *webform* BSI tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi  $0,075 >$

---

<sup>51</sup> Ibid., 31.

<sup>52</sup> Yoannisa Fitri S, Azri Nur M, Widwi Handari A, "Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan *Webform* BSI dan *BSI Mobile* Terhadap Kepuasan Nasabah", Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah, Volume 4, Nomor 6, (2022), 7.

0,05.<sup>53</sup> Oleh karena hal itu maka hipotesis pertama yang diuji dalam penelitian ini adalah:

$H_0$  : Layanan *Webform* BSI tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

$H_1$  : Layanan *Webform* BSI berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

2. Hipotesis terkait dengan pengaruh Layanan *M-Banking* terhadap kepuasan nasabah.

Kepuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.<sup>54</sup>

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yeni yang menyatakan bahwa kualitas layanan mobile banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo. Dan hal ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Melfi Adela yang menunjukkan hasil bahwasannya *mobile banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>55</sup> Sehingga berdasarkan uraian diatas maka diambil hipotesis kedua yang diuji dalam penelitian ini sebagai berikut :

$H_0$  : Layanan *M-Banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

---

<sup>53</sup> Anggita Reva, “ Pengaruh efektivitas Webform dan produk cicilan emas terhadap kepuasan nasabah “’ *Skripsi* ( Parepare: IAIN Pare-pare, 2022)

<sup>54</sup> Maulida Nurhidayati dan Novi Kurnia Cahyani, “Faktor yang mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel pada Nasabah BSI KCP Ponorogo,“ *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, Volume 1, Nomor 2, (2020), 149.

<sup>55</sup> Melfi Adela, “Pengaruh Layanan M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah” , *Skripsi* ( Lampung : IAIN Metro, 2020).

$H_2$  : Layanan *M-Banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

3. Hipotesis terkait dengan pengaruh Kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.

Menurut Kotler dan Keller kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung kepada mitra bisnis.<sup>56</sup> Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan.<sup>57</sup>

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Anggiat yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.<sup>58</sup> Sedangkan hasil tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Thalia dkk yang menunjukkan nilai signifikansi  $0,718 > 0,05$  yang mengindikasikan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis ke tiga dalam penelitian ini sebagai berikut :

$H_0$  : Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

$H_3$  : Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

4. Hipotesis terkait dengan layanan *webform* BSI, layanan *m-banking* dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.

$H_0$  : Layanan *webform* BSI, layanan *m-banking* dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

---

<sup>56</sup> Kotler dan Keller, Manajemen Pemasaran, terj Bob Sabran 219.

<sup>57</sup> Ibid., 219.

<sup>58</sup> Anggiat Parluhutan Tambunan, Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah, *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, vol.1, No.1, Agustus 2018, 46.

H<sub>4</sub>: Layanan *webform* BSI, layanan *m-banking* dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif karena data yang ada berbentuk angka-angka, demikian pula dengan hasil penelitiannya. Metode kuantitatif adalah penelitian yang mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis.<sup>1</sup>

Jenis penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang sebab akibat. Artinya, variasi pada X (variabel bebas) akan mempengaruhi variasi pada Y (variabel terikat).<sup>2</sup> Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang didapat dan diolah langsung oleh obyeknya.<sup>3</sup> Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan penyebaran angket.

#### **B. Variabel Penelitian dan Definisi operasional**

Secara teori variabel adalah suatu atribut seseorang atau objek yang mempunyai variasi diantara yang ada. Sedangkan variabel penelitian yaitu karakteristik dari seseorang, obyek ataupun kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh seorang peneliti untuk

---

<sup>1</sup> Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Bandung: CV. Alfabeta. 2016), 8.

<sup>2</sup> Kris H. Timotius, Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan (Yogyakarta: Andi, 2017), 16

<sup>3</sup> Andhita Dessy Wulansari, Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 7.

dipelajari, emudian diperoleh suatu informasi tentang hal tersebut dn ditarik kesimpulan. Ada dua macam variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.<sup>4</sup>

#### 1. Variabel Dependen

Adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel lain yang kemudian disebut sebagai variabel independen. Variabel dependen yang ada dalam penelitian ini yaitu :

Kepuasan Nasabah (Y)

#### 2. Variabel Independen

Adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

a. Variabel Layanan *Webform* BSI (X1)

b. Variabel Layanan *Mobile Banking* ( X2)

c. Variabel Kepercayaan (X3)

Sedangkan Definisi operasional akan dijelaskan pada tabel dibawah ini.<sup>5</sup>

Tabel 3. 1  
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
Y	Menurut Kotler dan Keller, kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena	1. Kepuasan nasabah keseluruhan ( <i>Overall Customer</i> )	Fandy Tjiptono (2000)

<sup>4</sup> Andhita Dessy Wulansari, Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 11.

<sup>5</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, 111



Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
	membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.	<p><i>Satisfaction</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Konfirmasi harapan (<i>Confirmation of expectations</i>)</li> <li>3. Minat pembelian ulang (<i>Repurchase intent</i>)</li> <li>4. Kesiediaan untuk merekomendasikan (<i>Willingness to recommend</i>)</li> <li>5. Ketidakpuasan nasabah (<i>Customer dissatisfaction</i>)</li> </ol>	
Layanan <i>Webform</i> BSI (X1)	Webform merupakan istilah yang berasal dari kata formulir web, pengertian dari formulir web adalah dokumen yang memiliki format dan berisikan bidang kosong yang dapat diisi oleh pengguna BSI dengan data dalam bentuk media internet	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan penggunaan</li> <li>2. Efektifitas</li> <li>3. Efisiensi</li> <li>4. Kecepatan Akses</li> </ol>	dimodifikasi dari Perangin Angin, W., 2021 dan Tirtokusumo, D., 2019.
Layanan <i>M-Banking</i> (X2)	<i>Mobile banking</i> yaitu sebuah fasilitas bank dalam era modern yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada <i>mobile banking</i> antara lain yaitu pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aplikasi memberikan jaminan atas transaksi</li> <li>2. Kecepatan dalam mengakses aplikasi</li> <li>3. Kemudahan dalam mengakses aplikasi</li> <li>4. Keamanan Transaksi dan informasi nasabah</li> <li>5. Ketepatan secara teknis dan fungsional aplikasi</li> </ol>	Tatik Suryani 2007
Kepercayaan (X3)	Kepercayaan dimaknai sebagai kemauan atau kesiediaan antara individu.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kompetensi</li> <li>2. Kebaikan Hati</li> <li>3. Kejujuran</li> </ol>	Philip Kotler dan Kevin Lane Keller,

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
	Selanjutnya disebut juga kepercayaan karena timbul sebagai hasil dari persepsi kredibilitas pihak yang dipercaya akan mampu untuk mewujudkan semua kewajiban dan janji yang telah dinyatakan	4. Integritas	Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1, terj Bob Sabran, (Jakarta :Erlangga 2008),219

### C. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memilih kota Ponorogo sebagai lokasi penelitian. Karena di wilayah Ponorogo sendiri terdapat banyak perguruan tinggi yang diantaranya IAIN Ponorogo, Universitas Muammadiyah Ponorogo, Universitas Sunan Giri Ponorogo, Universitas PGRI, UNIDA Gontor, yang empat diantaranya merupakan universitas yang berbasis Islam sehingga mahasiswa di Ponorogo yang beragama Islam pun tinggi sehingga potensi menjadi nasabah BSI pun juga ikut tinggi. Selain itu dengan banyaknya mahasiswa di Ponorogo yang notabeneanya anak muda. Dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat seperti sekarang ini menjadikan anak muda tidak luput mahasiswa *update* dan mengikuti perkembangan digital yang menawarkan dampak positif. Tidak terlepas dari trobosan BSI dalam bentuk *mobile banking*.

### D. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya.<sup>6</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa pengguna *webform* BSI dan *mobile banking* di Ponorogo yang banyaknya belum diketahui, karena *mobile banking* merupakan produk pelengkap tabungan yang memberikan kebebasan kepada nasabah untuk menggunakannya atau tidak, sehingga bank hanya mempunyai data jumlah nasabah penabung secara keseluruhan. Beliau juga mengatakan bahwa tidak semua nasabah penabung itu menggunakan *mobile banking*, kebanyakan yang menggunakan adalah kalangan anak muda. Selain itu didukung oleh *website* BSI yang mengatakan bahwa registrasi BSI *mobile* dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu melalui ATM BSI dan melalui unit kerja BSI, sehingga mungkin ini yang menyebabkan bank tidak mempunyai data pasti mengenai jumlah pengguna *mobile banking*.<sup>7</sup>

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>9</sup> Adapun kriteria dalam pengambilan sampel ini yaitu mahasiswa di Ponorogo yang merupakan pengguna layanan *Mobile Banking*. Dan Karena jumlah populasi tidak ketahu, maka untuk menentukan ukuran

---

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 80.

<sup>7</sup> Arwani, Hasil Wawancara, 7 Januari 2023.

<sup>8</sup> Sandu Siyoto, M. Kes, dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 64

<sup>9</sup> Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pres, 2008), 180.

sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Bailey yang dikutip oleh Johar Arifin sebagai berikut:<sup>10</sup>

$$n = \left( \frac{Z\sigma}{e} \right)^2$$

**Z** : Nilai tabel z pada tingkat kepercayaan (*level confidence*) yang dipilih. Jika tingkat kepercayaan yang dipakai 90%, nilai z adalah 1,65. Tingkat kepercayaan 95%, nilai z adalah 1,96. Adapun tingkat kepercayaan 99%, nilai z adalah 2,58

**$\sigma$**  : Standar deviasi dari populasi. Oleh karena standar deviasi populasi sering tidak diketahui, maka ada tiga jalan keluarnya, yaitu:<sup>11</sup>

1. Diambil dari penelitian terdahulu, jika ada.
2. Diambil dari prasurvei, terhadap beberapa data saja yang dianggap cukup mewakili.
3. Standar deviasi dapat didekati dengan range (R), yaitu selisih data terbesar-terkecil sehingga  $\sigma$  dicari dengan

rumus:

$$\sigma = R/4$$

**e** : *Error estimate* atau kesalahan yang dapat ditoleransi. Terdapat beberapa tingkat kesalahan yang dapat digunakan yakni: 1%

<sup>10</sup> Johar Arifin, Statistik Bisnis Terapan dengan Microsoft Excel 2007 (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008), 70

<sup>11</sup> Husein Umar, Metode Riset Bisnis: Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 143-144.

(0,01), 5% (0,05), dan 10% (0,1).<sup>12</sup>

Berdasarkan rumus di atas, dalam penelitian ini tingkat kepercayaan yang digunakan sebesar 95% ( $z = 1,96$ ), standar deviasi yang digunakan diambil dari penelitian terdahulu, yaitu 0,25, dan tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 5% (0,05). Jadi hasil perhitungan sampelnya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \left( \frac{Z\sigma}{e} \right)^2 \\ &= \left( \frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2 \\ &= 96,04 \approx 97 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan sampel di atas, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 97 responden.

#### E. Jenis dan Sumber Data

Data adalah segala fakta atau keterangan tentang sesuatu yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam menyusun penelitian ini yaitu data primer. Data primer adalah data yang didapat dan diolah langsung oleh obyeknya.<sup>13</sup> Data primer yang dihasilkan dari penelitian ini adalah data hasil tanggapan nasabah/responden dengan kuesioner atau angket mengenai variabel-variabel penelitian yaitu variabel layanan *webform* BSI, Layanan *M-*

<sup>12</sup> Setyo Tri Wahyudi, *Statistika Ekonomi: Konsep, Teori, dan Penerapan* (Malang: UB Press, 2017), 16.

<sup>13</sup> Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*, 7.

*Banking* dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk dapat memperoleh data dan mengelola data dalam penelitian ini maka digunakan teknik pengumpulan data dengan memberikan kuesioner atau angket, kuesioner atau angket yaitu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian yang disetiap pertanyaan/ pernyataan di beri skor.<sup>14</sup> Pada penelitian ini, peneliti menyebarkan angket kepada para mahasiswa pengguna *Mobile Banking* di Ponorogo.

#### **G. Instrumen Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial dalam hal penelitian ini adalah variabel-variabel penelitian.<sup>15</sup> Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuesioner atau angket. Kuesioner dalam penelitian ini ada 3 bagian yaitu pertanyaan atau pernyataan yang berhubungan dengan layanan *webform* BSI, Layanan *m-banking*, kepercayaan dan kepuasan nasabah. Responden atau nasabah hanya cukup memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia. Dalam penelitian ini menggunakan 4 pilihan yaitu menggunakan skala likert. Skala likert merupakan alat yang

---

<sup>14</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, 142.

<sup>15</sup> Ibid., 92.





product moment sebagai berikut:<sup>19</sup>

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum xy$  = Jumlah perkalian antara variabel x dan Y

$\sum x^2$  = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$  = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$  = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$  = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan sebuah instrumen. Jadi reliabilitas menunjukkan apakah instrumen tersebut konsisten memberikan hasil ukuran yang sama tentang sesuatu yang diukur pada waktu yang berlainan.<sup>20</sup>

Hasil penelitian yang reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Dalam suatu uji reliabilitas ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, jika koefisien reliabilitas hasil perhitungan menunjukkan angka  $> 0,6$  maka dapat disimpulkan bahwa instrumen yang bersangkutan dinyatakan reliabel.<sup>21</sup> Dalam penelitian ini peneliti melihat dari *Alpha*.

<sup>19</sup> Riduwan, Belajar Mudah Penelitian Untuk GuruKaryawan dan Peneliti Pemula, 57.

<sup>20</sup> Anak Agung Putu Agung, Metodologi Penelitian Bisnis

<sup>21</sup> Zainal Mustafa EQ, Mengurangi Variabel Hingga Instrumentasi (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 226.

## I. Teknik Pengolahan Data

Teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis data apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya.

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah:<sup>22</sup>

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Jika data ternyata tidak berdistribusi normal, maka analisis non parametrik dapat digunakan. Jika data berdistribusi normal, maka analisis parametrik termasuk model-model regresi dapat digunakan. Variabel dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai sig  $>0,05$  dan sebaliknya variabel dikatakan tidak berdistribusi normal apabila sig  $<0,05$ .<sup>23</sup>

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi maka dinamakan problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara

---

<sup>22</sup> Muhamad, Metodologi, 93.

<sup>23</sup> Husein Umar, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan: Paradigma Positivitik dan Berbasis Pemecahan Masalah*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2008), 84.

variabel independen.<sup>24</sup> Untuk mengetahui ada tidaknya masalah multikolinearitas dapat menggunakan nilai VIF (Variance Inflation Factory). Jika nilai VIF masih kurang dari 10, maka multikolinearitas tidak terjadi.<sup>25</sup>

c. Uji Heterokedastisitas

Uji ini digunakan untuk menilai apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Apa bila residual mempunyai varian yang sama, data tersebut mengalami gejala homoskedastisitas, dan apa bila varian tidak sama, data tersebut mengalami gejala heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik adalah persamaan yang tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.<sup>26</sup> Apabila hasil uji diatas level signifikan ( $r > 0,05$ ) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila level dibawah signifikan ( $r < 0,05$ ) berarti terjadi heteroskedastisitas.<sup>27</sup>

d. Uji Autokorelasi

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Secara

---

<sup>24</sup> Singgih Santoso, Mahir Statistik Parametrik: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS, 195

<sup>25</sup> Agus Purwoto, Panduan Laboratorium Statistika Inferensial, 97

<sup>26</sup> Agustina Marzuki, Crystha Armereo, Pipit Fitri Rahayu, *Praktikum Statistik*, (Malang: Ahlimedia Press, 2020), h.106

<sup>27</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), 226.

praktis, bisa dikatakan bahwa nilai residu yang ada tidak berkorelasi satu dengan yang lain. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.<sup>28</sup> Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan pada uji Durbin Watson sebagai berikut:<sup>29</sup>

- 1)  $DU \leq DW \leq (4 - DU)$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- 2)  $DW \leq DL$  atau  $DW \geq (4 - DL)$  maka  $H_0$  ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- 3)  $DL \leq DW \leq DU$  atau  $(4 - DU) \leq DW \leq (4 - DL)$ , artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

## 2. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi yang memiliki satu variabel dependent dan lebih dari satu variabel independent. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel dependent dengan variabel independent.<sup>30</sup>

Adapun bentuk persamaannya adalah sebagai berikut:<sup>31</sup>

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

<sup>28</sup> Singgih Santoso, *Mahir Statistik Parametrik: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*, 205.

<sup>29</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistika Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* (Ponorogo: WADE Group, 2016), 94.

<sup>30</sup> Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*, 176.

<sup>31</sup> Ali Maulidi, *Teknik Memahami Statistika 2*, (Jakarta : Alim's Publishing, 2012), 121.

$Y$  = Keputusan Menggunakan Produk Murabah Mikro

$\alpha$  = Nilai Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi masing-masing variabel

$X_1$  = Layanan *webform* BSI

$X_2$  = Layanan *m-banking*

$X_3$  = Kepercayaan

$e$  = nilai eror

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat signifikan pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Untuk pengambilan kesimpulannya dinyatakan dengan melihat nilai signifikan dan membandingkan dengan taraf kesalahan yang dipakai, yakni jika nilai probabilitas < nilai alpha, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dasar untuk mengambil keputusannya sebagai berikut:

- 1) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Sedangkan dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:



- a) Nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
- b) Nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.<sup>32</sup>

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel- variabel independen secara bersama sama (simultan) terhadap variabel dependen.<sup>33</sup> Untuk melihat pengaruh yang terjadi dilakukan dengan membandingkan nilai sig dengan nilai tingkat kepercayaan 0,05.

Berikut merupakan dasar pengambilan keputusan, yaitu:

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat.
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat.<sup>34</sup>

Sedangkan untuk pengambilan kesimpulan uji f yaitu:

- 1) Nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
- 2) Nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.<sup>35</sup>

c. Uji Determinasi

Koefisien determinasi  $R^2$  bertujuan untuk mengetahui seberapa besar prosentase pengaruh variabel independen secara serentak terhadap

<sup>32</sup> Sunyoto, *Prosedur Uji Hipotesis Untuk Riset Ekonomi* (Bandung: Alfabeta, 2012), 125.

<sup>33</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi analisis multivariate IBM SPSS 23.* Edisi 8.Semarang B P Undip, 25.

<sup>34</sup> Ibid.,

<sup>35</sup> Ibid., 26

variabel dependen.<sup>36</sup> Koefisien determinasi  $R^2$  pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model yang menerangkan variabel dependennya. Nilainya adalah antara nol sampai satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai data koefisien determinasi tinggi.<sup>37</sup> Berikut ini adalah rumus koefisien determinasi:<sup>38</sup>

$$R_2 = \frac{\text{jumlah kuadrat regresi}}{\text{jumlah kuadrat total}}$$

---

<sup>36</sup>Duwi Priyanto, *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. (Yogyakarta: Gava Media, 2013) 56.

<sup>37</sup> Dergibson Siagian, Sugiarto, *Metode Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2006), 259.

<sup>38</sup> Ibid., 260.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Letak Geografis Kabupaten Ponorogo**

Kabupaten Ponorogo adalah sebuah kabupaten di provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kabupaten ini terletak di koordinat  $111^{\circ}17'$  -  $111^{\circ}52'$  BT dan  $7^{\circ}49'$  -  $8^{\circ}20'$  LS dengan ketinggian antara 92 sampai dengan 2.563 meter di atas permukaan laut. Kabupaten ini terletak di sebelah barat dari provinsi Jawa Timur dan berbatasan langsung dengan provinsi Jawa Tengah atau lebih tepatnya 220 km arah barat daya dari ibu kota provinsi Jawa Timur, Surabaya. Batas wilayah kabupaten Ponorogo adalah sebagai berikut:<sup>1</sup>

Utara : Kabupaten Madiun, Magetan, dan Nganjuk

Selatan : Kabupaten Pacitan dan Trenggalek

Barat : Kabupaten Pacitan dan Wonogiri (Provinsi Jawa Tengah)

Timur : Kabupaten Tulungagung dan Trenggalek

Kabupaten Ponorogo mempunyai luas wilayah 1.371,78 km<sup>2</sup> dengan yang dibagi menjadi 2 sub-area, yaitu area dataran tinggi yang meliputi kecamatan Ngrayun, Sooko, Pulung, dan Ngebel sisanya merupakan area dataran rendah.<sup>2</sup>

Kabupaten Ponorogo terdiri atas 21 kecamatan yang dibagi menjadi 279 desa dan 26 kelurahan. Jarak ibukota Ponorogo dengan

---

<sup>1</sup> <https://ponorogokab.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/199> dilihat pada tanggal 18 April 2022 jam 20.50 wib

<sup>2</sup> Ibid.,

ibukota Provinsi Jawa Timur (Surabaya) kurang lebih 200 km arah timur laut dan ke ibukota (Jakarta) kurang lebih 800 km ke arah barat.<sup>3</sup>

## 2. Universitas di Ponorogo

Lembaga pendidikan formal di kabupaten Ponorogo sangat banyak mulai dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi. Mulai dari lembaga pendidikan *modern* dan juga pondok pesantren. Ponorogo memiliki berbagai perguruan tinggi di antara lain yaitu Institut Agama Islam Negri Ponorogo, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Universitas PGRI Ponorogo, Universitas Sunan Giri Ponorogo, Universitas Darussalam Gontor, Institut Agama Islam Riyadlul Mujahidin (Ngabar), dan Universitas Merdeka Ponorogo.

Mayoritas Perguruan Tinggi yang ada di Ponorogo merupakan perguruan dengan *basic* perguruan tinggi Islam, diantaranya yakni IAIN Ponorogo, Universitas Sunan Giri Ponorogo, Universitas Darussalam Gontor, dan juga Institut Agama Islam Riyadlul Mujahidin.

## 3. Mahasiswa pengguna *M-Banking* di Kabupaten Ponorogo

Dengan fakta empiris bahwa universitas yang ada di kabupaten Ponorogo mayoritas adalah perguruan tinggi islam, maka angka jumlah mahasiswa yang beragama islam pun juga ikut tinggi. Oleh

---

<sup>3</sup> *Ibid.*,

karena itu potensi adanya nasabah bank syariah klasifikasi mahasiswa yang ada di ponorogo pun berpotensi banyak.

Dibarengi dengan perkembangan zaman yang sangat pesat dan juga teknologi yang semakin terdepan yang menjadikan seseorang apalagi kawula muda seperti mahasiswa pun juga mau tidak mau ikut perkembangan zaman yang menawarkan banyak dampak positif. Tidak menampik juga dengan bank syariah yang menawarkan trobosan baru seperti *Mobile Banking* yang bertujuan untuk memudahkan transaksi nasabanya. Sehingga di kabupaten Ponorogo berpotensi ada banyak mahasiswa yang menggunakan Bank Syariah Indonesia dan menggunakan *Mobile Banking*.

## **B. Hasil Pengujian Instrumen**

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui pertanyaan yang akan di distribusikan valid atau tidak. Untuk menunjukkan valid tidaknya data yaitu dengan cara uji membandingkan  $r$ -hitung dan  $r$ -tabel. Dimana taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 atau 5%.

Semakin besar nilai  $r$ hitung atau jika  $r$ hitung  $>$   $r$ tabel maka item pernyataan valid. Karena data yang digunakan dalam uji validitas adalah 30 responden, maka  $r$ tabel yang digunakan adalah 0,361.

Tabel 4. 1

## Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Nasabah)

No Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0,779	0,361	valid
2	0,732	0,361	valid
3	0,571	0,361	valid
4	0,393	0,361	valid
5	0,642	0,361	valid
6	0,619	0,361	valid
7	0,472	0,361	valid
8	0,732	0,361	valid
9	0,642	0,361	valid
10	0,779	0,361	valid

Sumber: Hasil olah data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui bahwa 10 item pernyataan pada variabel kepuasan (Y) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,361. Maka 10 item pernyataan yang valid diatas akan dilaksanakan penelitian.

Tabel 4. 2

Hasil Uji Validitas Layanan *Webform* BSI (X1)

No Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0,851	0,361	valid
2	0,826	0,361	valid
3	0,813	0,361	valid
4	0,677	0,361	valid
5	0,851	0,361	valid
6	0,344	0,361	Tidak valid
7	0,826	0,361	valid
8	0,190	0,361	Tidak Valid
9	0,677	0,361	valid

Sumber: Hasil olah data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa 9 item pernyataan pada variabel kepuasan (Y) 7 item dinyatakan valid karena memiliki nilai



$r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,361 dan 2 item tidak valid karena memiliki nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$ . Maka 7 item pernyataan yang valid diatas akan dilaksanakan penelitian.

Tabel 4. 3

Hasil Uji Validitas Layanan *Mobile Banking* (X2)

No Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,650	0,361	valid
2	0,511	0,361	valid
3	0,663	0,361	valid
4	0,597	0,361	valid
5	0,609	0,361	valid
6	0,511	0,361	Valid
7	0,604	0,361	Valid
8	0,652	0,361	Valid
9	0,672	0,361	Valid
10	0,220	0,361	Tidak Valid

Sumber : Hasil olah data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa 10 item pernyataan pada variabel kepuasan (Y) 9 item dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,361 dan 1 item tidak valid karena memiliki nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$ . Maka 9 item pernyataan yang valid diatas akan dilaksanakan penelitian.

Tabel 4. 4

## Hasil Uji Validitas Keercayaan (X3)

No Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,632	0,361	Valid
2	0,582	0,361	Valid
3	0,573	0,361	Valid
4	0,801	0,361	Valid
5	0,722	0,361	Valid
6	0,588	0,361	Valid
7	0,632	0,361	Valid
8	0,626	0,361	Valid

Sumber : Hasil olah data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui bahwa 8 item pernyataan pada variabel kepuasan (Y) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,361. Maka 8 item pernyataan yang valid diatas akan dilaksanakan penelitian.

## 2. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 5

## Hasil Uji Reabilitas

Variabel	jumlah item	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Kepuasan Nasabah	10	0,819	Reliabel
Layanan <i>Webform</i> BSI	9	0,844	Reliabel
Layanan <i>M-Banking</i>	10	0,761	Reliabel
Kepercayaan	8	0,795	Reliabel

Sumber : Hasil olah data primer, 2023

Dari keterangan Tabel 4.5 diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai Alpha Cronbach lebih dari 0,6. Dengan demikian variabel Kepuasan Nasabah, Layanan *Webform* BSI, Layanan *M-Banking* dan Kepercayaan sesuai dengan perhitungan *Alpha Cronbach*.

### C. Hasil Uji Deskriptif

#### 1. Karakteristik Responden

##### a. Jenis Kelamin Responden

Jumlah data terkait dengan jenis kelamin responden mahasiswa pengguna *M-Banking* di Ponorogo yakni sebagai berikut:

Tabel 4. 6

Hasil Uji Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin Responden	Jumlah	Presentase
Laki-laki	33	34 %
Perempuan	64	66%
Jumlah	97	100%

Sumber: Hasil olah data primer 2023

Berdasarkan Tabel 4.6, maka dapat diketahui bahwa jenis kelamin dari responden mahasiswa pengguna *m-banking* di Ponorogo yaitu laki-laki sebanyak 33 orang atau 34% dan perempuan sebanyak 64 orang atau 66%. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa di Ponorogo didominasi oleh perempuan.

b. Usia Responden

Data mengenai umur responden pada penelitian ini, peneliti mengelompokkan menjadi 4 kategori yaitu 17-22 tahun, 22-27 tahun, 27-32 tahun, dan >32 tahun.

Tabel 4. 7

Hasil Uji Deskriptif Karakteristik Responden

Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	17-22 tahun	59	60,8%
2	22-27 tahun	38	39,2%
	Total	97	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa responden yang berusia 17-22 tahun berjumlah 59 atau sebesar 60,8% dan responden yang berusia 22-27 tahun berjumlah 38 atau sebesar 39,2%. Dari keterangan diatas dapat diketahui bahwa besar responden yang diambil berusia 17-22 tahun.

c. Asal Lembaga Responden

Data mengenai asal lembaga responden dalam penelitian ini yaitu berasal dari IAIN Ponorogo, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, INSURI Ponorogo, PGRI Ponorogo dan Lainnya.

Tabel 4. 8

Uji Deskriptif Karakteristik Responden Berdasarkan  
Asal Lembaga

No	Asal Lembaga	Jumlah	Presentase
1	IAIN Ponorogo	78	80,4%
2	UNMUH Ponorogo	10	10,3%
3	INSURI Ponorogo	5	5,2%
4	PGRI Ponorogo	1	1%
5.	UNIDA Ponorogo	2	2%
6.	Universitas Merdeka	1	1%
	Total	97	100%

Sumber: Hasil olah data primer, 2023

Berdasarkan hasil Tabel 4.8, maka dapat diketahui bahwa asal lembaga responden yaitu asal IAIN Ponorogo berjumlah 78 orang atau 80,4 %, Unmuh Ponorogo berjumlah 10 atau 10,3 %, INSURI Ponorogo berjumlah 5 atau 5,2%, PGRI Ponorogo berjumlah 1 atau 1%, UNIDA Ponorogo berjumlah 2 atau 2% dan Universitas Merdeka berjumlah 1 atau 1%.

## 2. Statistik Deskriptif

Deskripsi variabel digunakan untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel kepuasan nasabah, layanan *webform* BSI, layanan *mobile banking* dan kepercayaan. Analisis ini menggunakan analisis indeks. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel, maka akan didasarkan

pada nilai skor rata-rata (indeks) yang dikategorikan ke dalam rentang skor berdasarkan perhitungan three box method.<sup>4</sup>

$$\text{Batas atas rentang skor} : (\%F*4) / 4 = (97*4)/4 = 97$$

$$\text{Batas bawah rentang skor} : (\%F*1) / 4 = (97*1)/4 = 24,25$$

Angka indeks yang dihasilkan menunjukkan skor 24,25 - 97, dengan rentang sebesar 72,75 . Dengan menggunakan three box method, maka rentang 3 dibagi menjadi tiga bagian, sehingga menghasilkan rentang untuk masing-masing bagian sebesar 24,25, dimana akan digunakan sebagai daftar interpretasi indeks sebagai berikut:

24,25 – 48,5 : Rendah

48,5 - 72,75 : Sedang

72,75 - 97 : Tinggi

a. Variabel (Y) Kepuasan Nasabah

Analisis deskriptif terhadap variabel penelitian dilakukan terhadap variabel kepuasan nasabah. Variabel Y terdiri dari lima indikator. dan hasil perhitungan analisis deskriptif yang dilakukan terhadap variabel lingkungan kerja disajikan sebagai berikut:

<sup>4</sup> Augusty, Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.



Tabel 4.9

## Statistik Deskriptif Variabel Y

Indikator	Skor				Jumlah	Indeks	Kategori
	1	2	3	4			
Kepuasan Nasabah Keseluruhan	4	15	35	43	97	77,5	Tinggi
	4	30	105	172	311		
Konfirmasi Harapan	6	16	38	37	97	75	Tinggi
	6	32	114	148	300		
Minat Pembelian Ulang	6	20	32	39	97	74,5	Tinggi
	6	40	96	156	298		
Kesediaan Untuk merekomendasikan	5	20	33	39	97	75	Tinggi
	5	40	99	156	300		
Ketidakpuasan Nasabah	8	16	34	39	97	74,5	Tinggi
	8	32	102	156	298		
<b>Jumlah</b>						<b>376,5</b>	Tinggi
<b>Rata-rata</b>						<b>75,3</b>	

Data Olahan : 2023

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.9 diketahui bahwa nilai rata-rata untuk variabel Kepuasan Nasabah adalah 75,3 dan termasuk dalam kategori tinggi. Artinya menurut responden mahasiswa di Kabupaten Ponorogo, layanan dan juga kepercayaan nasabah sudah memenuhi diharapkan. Berikut hasil nilai indeks untuk masing-masing indikator:

- 1) Indikator kepuasan nasabah keseluruhan memiliki total indeks 77,5
- 2) Indikator konfirmasi harapan memiliki total indeks 75
- 3) Indikator minat pembelian ulang memiliki total indeks 74,5

- 4) Indikator kesediaan untuk merekomendasi memiliki total indeks 75
- 5) Indikator ketidakpuasan nasabah memiliki total indeks 74,5

Sehingga indikator yang mempunyai nilai indeks tinggi yakni konfirmasi harapan, dan nilai indeks terendah indikator minat pembelian ulang dan keidakpuasan nasabah.

b. Variabel X1 Layanan *Webform* BSI

Tabel 4.10

Statistik Deskriptif Variabel Layanan *Webform* BSI

Indikator	Skor				Jumlah	Indeks	Kategori
	1	2	3	4			
Kemudahan penggunaan	8	15	35	39	97	74,75	Tinggi
	8	30	105	156	299		
Efektivitas	6	24	33	34	97	72,25	Sedang
	6	48	99	136	289		
Efisiensi	9	20	30	38	97	72,75	Sedang
	9	40	90	152	291		
Kecepatan Akses	6	18	38	35	97	74	Tinggi
	6	36	114	140	296		
<b>Jumlah</b>						<b>293,75</b>	Tinggi
<b>Rata-rata</b>						<b>73,44</b>	

Data Olahan : 2023

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.10 diketahui bahwa nilai rata-rata untuk variabel layanan *webform* BSI adalah 73,44 dan termasuk dalam kategori tinggi. Artinya menurut responden mahasiswa di Kabupaten Ponorogo, layanan *webform* BSI sudah

memenuhi yang diharapkan nasabah. Berikut hasil nilai indeks untuk masing-masing indikator:

- 1) Indikator kemudahan penggunaan memiliki total indeks 74,75
- 2) Indikator efektifitas memiliki total indeks 72,25
- 3) Indikator efisiensi memiliki total indeks 72,75
- 4) Indikator kecepatan akses memiliki total indeks 74

Sehingga Indeks tertinggi terdapat pada indikator kemudahan penggunaan dengan nilai indeks 74,75. Dan jumlah skor terendah terdapat pada indikator efektivitas dengan nilai indeks 72,25.

c. Variabel X2 Layanan *Mobile Banking*

Tabel 4.11

Statistik Deskriptif Variabe layanan *Mobile Banking*

Indikator	Skor				Jumlah	Indeks	Kategori
	1	2	3	4			
Jaminan atas transaksi	7	19	34	37	97	73,75	Tinggi
	7	38	102	148	295		
Kecepatan akses	7	21	33	36	97	73	Tinggi
	7	42	99	144	292		
Kemudahan akses	5	20	33	39	97	75	Tinggi
	5	40	99	156	300		
Keamanan transaksi dan informasi	6	24	33	34	97	72,25	Sedang
	6	48	99	136	289		
Ketepatan secara teknis dan fungsi	10	18	35	34	97	71,75	Sedang
	10	36	105	136	287		
<b>Jumlah</b>						<b>365,75</b>	Tinggi
<b>Rata- rata</b>						<b>73,15</b>	

Hasil Olan: 2023

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.11 diketahui bahwa nilai rata-rata untuk variabel layanan *mobile banking* adalah 73,15 dan termasuk dalam kategori tinggi. Artinya menurut responden mahasiswa di Kabupaten Ponorogo, layanan *mobile banking* sudah memenuhi yang diharapkan nasabah. Berikut hasil nilai indeks untuk masing-masing indikator:

- 1) Indikator jaminan atas transaksi memiliki total indeks 73,75
- 2) Indikator kecepatan akses memiliki total indeks 73
- 3) Indikator Kemudahan akses memiliki total indeks 75
- 4) Indikator Keamanan transaksi dan informasi memiliki total indeks 72,25
- 5) Indikator Ketepatan secara teknis dan fungsi memiliki total indeks 71,75

Sehingga Indeks tertinggi terdapat pada indikator kemudahan akses dengan nilai indeks 75. Dan jumlah skor terendah terdapat pada indikator ketepatan secara teknis dan fungsi dengan nilai indeks 71,75.

d. Variabel X3 Kepercayaan

Tabel 4.12

Statistik Deskriptif Variabe layanan Kepercayaan

Indikator	Skor				Jumlah	Indeks	Kategori
	1	2	3	4			
Kompetensi	6	18	38	35	97	74	Tinggi

	6	36	114	140	296		
Kebaikan Hati	9	24	30	34	97	70,75	Sedang
	9	48	90	136	283		
Kejujuran	8	21	33	35	97	72,25	Sedang
	8	42	99	140	289		
Integritas	6	18	36	37	97	74,5	Tinggi
	6	36	108	148	298		
<b>Jumlah</b>						<b>291,5</b>	Tinggi
<b>Rata-rata</b>						<b>72,87</b>	

Hasil Olahan : 2023

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 4.12 diketahui bahwa nilai rata-rata untuk variabel kepercayaan adalah 72,87 dan termasuk dalam kategori tinggi. Artinya menurut responden mahasiswa di Kabupaten Ponorogo, nasabah percaya atas layanan dan juga produk BS. Berikut hasil nilai indeks untuk masing-masing indikator:

- 1) Indikator kompetensi memiliki total indeks 74
- 2) Indikator kebaikan hati memiliki total indeks 70,75
- 3) Indikator kejujuran memiliki total indeks 72,25
- 4) Indikator integritas memiliki total indeks 74,5

Sehingga Indeks tertinggi terdapat pada indikator integritas dengan nilai indeks 74,5. Dan jumlah skor terendah terdapat pada indikator kebaikan hati dengan nilai indeks 70,75.

## D. Hasil Pengujian Hipotesis

### 1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yakni uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

#### a. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai residu dari regresi mempunyai distribusi yang normal. Dalam penelitian ini untuk mengetahui data berdistribusi normal ataupun tidak menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 4. 13

Hasil Uji Normalitas

Asymp.Sig.(2-tailed)	Standar Normalitas	Keterangan
0,414	>0,05	Normal

Sumber: Hasil data olahan SPSS,2023.

Berdasarkan Tabel 4.13 maka diperoleh nilai sig sebesar  $0,414 > 0,05$  maka hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinieritas

Dalam penelitian ini menggunakan uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.



- 1)  $H_0$  : tidak terdapat korelasi antar variabel independen ( tidak terjadi kasus multikolinieritas)
- 2)  $H_1$  : terdapat korelasi antar variabel independen ( terjadi kasus multikolinieritas)

Untuk mendeteksi ada dan tidaknya multikolinieritas digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) . Apabila untuk semua variabel independen nilai VIF < 10, maka  $H_0$  diterima, artinya persamaan regresi linier berganda tidak terjadi kasus multikolinieritas.

Tabel 4. 14

## Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
X1	0,361	2.770
X2	0,328	3.051
X3	0,494	2.025

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil olah data olahan SPSS, 2023

Berdasarkan table 4.14 Diketahui bahwa nilai VIF variabel penggunaan *webform* BSI (X1) adalah 2.770, nilai VIF layanan *mobile banking* (X2) sebesar 3.051 dan nilai VIF variabel kepercayaan (X3) sebesar 2.025. maka dapat dikatakan bahwa nilai VIF semua variabel <10 sehingga  $H_0$  diterima, artinya persamaan regresi linier berganda tidak terjadi kasus

multikolinieritas. Dengan demikian, asumsi non multikolinieritas telah terpenuhi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain.

Tabel 4. 15

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Varabel	Sig	Keterangan
Layanan <i>Webform</i> BSI	0,476	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Layanan <i>M-Banking</i>	0,910	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Kepercayaan	0,666	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil olah data primer SPSS, 2023

Dari tabel 4.15 dapat diketahui nilai sig variabel layanan *webform* BSI (X1) sebesar  $0,476 > 0,05$ , variabel Layanan *mobile banking* (X2) sebesar  $0,910 > 0,05$  dan variabel kepercayaan (X3) sebesar  $0,666 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji ini digunakan untuk mengetahui korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu dan tempat. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan pada uji DW sebagai berikut :

- 1)  $DU \leq DW \leq (4-DU)$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- 2)  $DW \leq DL$  atau  $DW \geq (4 - DL)$  maka  $H_0$  ditolak artinya terjadi autokorelasi.
- 3)  $DL \leq DW \leq DU$  atau  $(4 - DU) \leq DW \leq (4 - DL)$ , artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Nilai DU dan DL diperoleh dari melihat tabel Durbin Watson. Dalam penelitian ini, banyak variabel independen yang digunakan adalah 3 dengan banyaknya data adalah 97 sehingga  $k=3$  dan  $n=97$ . Dengan menggunakan tingkat kesalahan 5% diperoleh nilai  $Du= 1,7335$  dan  $dl=1,6063$

Tabel 4. 16  
Hasil Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,922 <sup>a</sup>	0,850	0,845	1,403	1,937

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil olah data primer SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat diketahui bahwa nilai Durbin-Watson yang diperoleh dari hasil regresi adalah sebesar 1.937. jadi  $1,7335 \leq 1,937 \leq 2,2665$  maka  $H_0$  diterima. Sehingga tidak terdapat autokorelasi pada model regresi dan asumsi non autokorelasi.

e. Uji Regresi Linier Berganda

Metode regresi linier berganda digunakan untuk menguji variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis regresi berganda digunakan untuk melihat pengaruh ukuran produk bank syariah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hasil regresi linier berganda yakni sebagai berikut:

Tabel 4. 17

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	2,707	1,314
	X1	0,474	0,083
	X2	0,463	0,072
	X3	0,198	0,064

Sumber: hasil olah data primer SPSS, 2023.

Berdasarkan tabel 4.17 yang dibuat persamaan regresi dan dapat dijelaskan beberapa hal sebagai berikut:

$$Y = 2,707 + 0,474 X1 + 0,463 X2 + 0,198 X3 + e$$

$\alpha$  : konstanta sebesar 2,707 menunjukkan jika variabel-variabel independen yaitu layanan *webform* BSI (X1), layanan *mobile banking* (X2) dan kepercayaan (X3) bernilai nol maka kepuasan nasabah bernilai 2,707.

$\beta_1$  : nilai koefisien regresi variabel layanan *webform* BSI sebesar 0,474. Nilai ( $b_1$ ) yang positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel layanan *webform* BSI (X1) dan

variabel kepuasan nasabah(Y). jika X1 ditingkatkan maka kepuasan nasabah meningkat. Nilai koefisien regresi 0,474 artinya jika layanan *webform* BSI dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka kepuasan nasabah naik sebesar 0,474 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

$\beta_2$  : nilai koefisien regresi variabel layanan *mobile banking* (X2) sebesar 0,463. Nilai ( $b_2$ ) yang positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel layanan *mobile banking* (X2) dan variabel kepuasan nasabah(Y). jika X2 ditingkatkan maka kepuasan nasabah meningkat. Nilai koefisien regresi 0,463 artinya jika layanan *mobile banking* (X2) dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka kepuasan nasabah naik sebesar 0,463 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

$\beta_3$  : nilai koefisien regresi variabel kepercayaan (X3) sebesar 0,198. Nilai ( $b_3$ ) yang positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel kepercayaan (X3) dan variabel kepuasan nasabah(Y). jika X3 ditingkatkan maka kepuasan nasabah meningkat. Nilai koefisien regresi 0,198 artinya jika kepercayaan (X3) dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka kepuasan nasabah naik sebesar 0,198 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

## f. Uji t

Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh tiap variabel independen terhadap variabel dependennya. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t menggunakan SPSS sebagai berikut :

- 1) Jika signifikansi  $> 0,05$  maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika signifikansi  $< 0,05$  maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 18

Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constan)	2,707	1,314		2,060	0,042
X1	0,474	0,083	0,382	5,714	0,000
X2	0,463	0,072	0,452	6,440	0,000
X3	0,198	0,064	0,177	3,097	0,003

Sumber: Hasil olah data primer 2023

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.18 dapat diketahui hasil dari uji t sebagai berikut :

## 1) Hasil Pengujian Hipotesis pertama

Pengujian X1 terhadap Y menghasilkan signifikansi uji t sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa sig lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha=5\%$ ) dan dengan nilai t-hitung 5,714  $>$  t-tabel 1,986 sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan *webform* BSI berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada



mahasiswa di Ponorogo. Dan dilihat dari regresinya sebesar 0,474 memiliki arti  $x_1$  mempunyai arah pengaruh positif terhadap Y sehingga arah pengaruh positif yang dihasilkan tersebut signifikan.

2) Hasil Pengujian hipotesis Kedua

Pengujian  $X_2$  terhadap Y juga menghasilkan signifikansi uji t sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa sig lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha=5\%$ ) dengan nilai t-hitung 6,440 > t-tabel 1,986 sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa di Ponorogo. Dan dilihat dari regresinya sebesar 0,463 memiliki arti  $X_2$  mempunyai arah pengaruh positif terhadap Y sehingga arah pengaruh positif yang dihasilkan tersebut signifikan.

3) Hasil pengujian hipotesis ketiga

Pengujian  $X_3$  terhadap Y menghasilkan signifikansi uji t sebesar 0,003 yang menunjukkan bahwa sig lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha=5\%$ ) dengan nilai t-hitung 3,097 > t-tabel 1,986 sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa di Ponorogo. Dan dilihat dari regresinya sebesar 0,198 memiliki arti  $X_3$  mempunyai arah pengaruh positif

terhadap Y sehingga arah pengaruh positif yang dihasilkan tersebut signifikan.

g. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah antar variabel independen yang digunakan mampu secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F dengan menggunakan SPSS sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi  $> 0,05$  maka hubungan antar variabel mampu bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen signifikan dan model penelitian diterima.
- 2) Jika signifikansi  $< 0,05$  maka hubungan antar variabel independen tidak mampu bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil uji simultan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.15 sebagai berikut

Uji F

Tabel 4. 19

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1037,019	3	345,673	175,728	0,000 <sup>b</sup>
	Residual	182,940	93	1,967		
	Total	1219,959	96			

Sumber: Hasil olah data primer SPSS, 2023.

Berdasarkan hasil simultan pada Tabel 4.19 dapat diperoleh nilai signifikansi 0,000. Nilai sig tersebut  $< 0,05$ . Karena nilai sig lebih kecil dari nilai  $\alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai F-hitung  $>$  F-tabel ( $175,728 > 1,986$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan *webform* BSI, Layanan *mobile banking* dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa di Ponorogo

#### h. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tergangungnya. Oleh karena itu semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin tinggi pula kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tergangungnya. Nilai dari koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 20

Asil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,922 <sup>a</sup>	0,850	0,845	1,403

Sumber: Hasil olah data primer SPSS, 2023

Berdasarkan hasil koefisien determinasi pada Tabel 4.20 menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,850 yang berarti sebesar 85% variabel dependen yaitu kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel independen layanan *webform* BSI, layanan *mobile banking* dan kepercayaan. Sedangkan sisanya

yaitu 15% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel model penelitian.

#### E. Pembahasan

Berdasarkan dari berbagai hasil pengujian diatas, maka dapat diperoleh jawaban untuk masing-masing rumusan masalah. Dapat diketahui bahwa semua dari masing masing variabel berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Yakni layanan *webform* BSI berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, layanan mobile banking berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, dan juga kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dan juga dapat diketahui bahwasannya layanan *webform* BSI, layanan mobile banking, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa di Ponorogo.

##### 1. Pengaruh layanan *webform* Bank Syariah Indonesia terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa di Ponorogo

Berdasarkan dengan uji t yang sudah dilakukan, menunjukkan hasil bahwa layanan *webform* BSI mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat dari signifikansi uji t sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa sig lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha=5\%$ ) dan dengan nilai t-hitung 5,714 > t-tabel 1,986 sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan *webform* BSI berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa di Ponorogo. Dan dilihat dari nilai koefisien regresinya sebesar 0,474 memiliki arti layanan

*webform* BSI mempunyai arah pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah sehingga arah pengaruh positif yang dihasilkan tersebut signifikan.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Freddy Rangkuti bahwasannya kualitas *webform* BSI yang merupakan bentuk layanan merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Yannisa Fitriani yaitu kepuasan nasabah terhadap layanan *webform* BSI dikarenakan nasabah telah memahami dan merasakan dampak positif dari *webform* itu sendiri.<sup>5</sup>

## 2. Pengaruh layanan mobile banking terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa di Ponorogo

Berdasarkan dengan uji t yang sudah dilakukan, menunjukkan hasil bahwa layanan *mobile banking* mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat dari signifikansi uji t sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa sig lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha=5\%$ ) dengan nilai t-hitung  $6,440 > t\text{-tabel } 1,986$  sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa di Ponorogo. Dan dilihat dari nilai koefisien regresinya sebesar 0,463 memiliki arti  $X^2$  mempunyai arah pengaruh positif terhadap Y sehingga arah pengaruh positif yang dihasilkan tersebut signifikan.

---

<sup>5</sup> Yoannisa Fitri S, Azri Nur M, Widwi Handari A, "Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan *Webform* BSI dan BSI *Mobile* Terhadap Kepuasan Nasabah", Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah, Volume 4, Nomor 6, (2022), 7.

Penelitian ini pun sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Freddy Rangkuti bahwasannya layanan *mobile banking* yang merupakan bentuk layanan merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yeni yang menyatakan bahwa kualitas layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo. Dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini mengindikasikan bahwa semakin bagus kualitas layanan *mobile banking* maka semakin meningkatkan kepuasan nasabah.<sup>6</sup>

2. Pengaruh kepercayaan terhadap Kepuasan nasabah pada mahasiswa di Ponorogo.

Berdasarkan dengan uji t yang sudah dilakukan, menunjukkan hasil bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat dari signifikansi uji t sebesar 0,003 yang menunjukkan bahwa sig lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha=5\%$ ) dengan nilai t-hitung  $6,440 > t\text{-tabel } 1,986$  sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada mahasiswa di Ponorogo. Dan dilihat dari nilai koefisien regresinya sebesar 0,463 memiliki arti kepercayaan mempunyai arah pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah sehingga arah pengaruh positif yang dihasilkan tersebut signifikan.

---

<sup>6</sup> Yeni Anda Dwinurpitasari, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bri Syariah Kcp Ponorogo", *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019)



Penelitian ini sudah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Arisutha yakni kepercayaan merupakan elemen kunci bagi kesuksesan hubungan dan kecenderungan kaitan terhadap penilaian layanan dan kepuasan nasabah. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Anggiat yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah maka semakin tinggi juga kepuasan nasabah.<sup>7</sup>



---

<sup>7</sup> Anggiat Parluhutan Tambunan, Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah, *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, vol.1, No.1, Agustus 2018, 46.

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan juga pembahasan mengenai pengaruh layanan *webform* BSI, layanan *mobile banking* dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada Mahasiswa di Ponorogo dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara Parsial, variabel layanan *webform* BSI mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dapat dilihat dari nilai signifikansi yang diperoleh sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti nilai sig tersebut kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa layanan *webform* BSI berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian pengujian hipotesis 1 yang menyatakan layanan *webform* BSI berpengaruh terhadap kepuasan nasabah diterima.
2. Secara parsial variabel layanan *mobile banking* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dapat dilihat dari nilai signifikansi yang diperoleh sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti nilai sig tersebut kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa layanan *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Dengan demikian pengujian hipotesis 2 yang menyatakan layanan *mobile banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah diterima.

3. Secara parsial variabel kepercayaan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dapat dilihat dari nilai signifikansi yang diperoleh sebesar  $0,003 < 0,05$  yang berarti nilai sig tersebut kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Dengan demikian pengujian hipotesis 3 yang menyatakan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah diterima.

## B. Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang sudah dilakukan maka peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat bermanfaat sebagai berikut :

1. Saran untuk Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia disarankan untuk terus berupaya menjaga dan mengembangkan kualitas layanan-layanannya yakni *webform* BSI dan *mobile banking*. Karena semakin berkualitas layanan maka semakin meningkat pula kepuasan nasabah. Selain itu pihak bank juga harus menjaga kepercayaan nasabahnya karena kepercayaan juga sangat mempengaruhi kepuasan nasabah.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Dikarenakan

dari hasil penelitian ini masih terdapat 15,5% untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Anak Agung Putu. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press, 2012.
- Al-Qur'an, 13:11.
- Ardiansyah, Fitriani, Siti Mudawamah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah pada Cabang BMT Fajar Metro Pusat." *Jurnal Ilmiah Keuangan dan Perbankan*, Vol.3. No.1. 2020.
- Arifin, Johar. *Statistik Bisnis Terapan dengan Microsoft Excel 2007*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2008.
- Azhar, Fauzhul, Azharsyah Ibrahim, Akmal Riza. "Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Banda Aceh." *Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business*, Vol.3. No.1. 2022.
- Basuki, A., Sarma, M., dan Purwanto. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengusaha Kecil Menengah Untuk Menabung (Studi Kasus : Bank BNI Cabang Cianjur Jawa Barat." *Jurnal MPI (Manajemen Pendidikan Islam)*, Vol.3. No.2. 2008.
- Dwinurpitasari, Yeni Anda. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bri Syariah Kcp Ponorogo", *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019.
- Engkur. "Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Vol.14. No.01. 2018.
- Fadillah, Intan Dwi Yuniar. "Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Bri Syariah Kc Madiun", *Skripsi*, Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019.
- Farid Ahmada Kahfi, Wawancara, 6 Desember 2022
- Fikka Putri Hidayah, wawancara, 6 Desember 2022
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Fitria, Annisa, Aang Munawar, Pebi Faisal Pratama. "Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking, dan SMS Banking terhadap kepuasan Nasabah Bank BNI." *Digital Banking and Customer Satisfaction*. 2021.
- Fitriani, Ajeng. "Kepercayaan Nasabah Terhadap Bank Syariah Studi Kasus BPRS Aman Syariah Sekampung." *Skripsi* Lampung: IAIN METRO, 2019.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi analisis multivariate IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang B P Undip, 25.

- Halisan, Arlian, Arief Purwanto. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah yang Menabung Pada Bank Sultra." Vol. 4. No.1. 2018.
- I Wayan dan Santika, I. W. M., "Pengaruh Kepercayaan Nasabah, Bauran Produk dan Bauran Lokasi Terhadap Transaksi Nasabah", *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol.5, No.1. P 739 2016, 740.
- Ikatan Bankir Indonesia. *Mengenal Operasi Perbankan 1*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Jeany, Mauli Siagian. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bpr Artha Prima Perkasa." *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, Vol.7.No.3. 2020.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009
- Kurniawati, Hanif Astika, Alfi Arif, and Wahyu Agus Winarno. "Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi." *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, Vol.4. No.1. 2017.
- Marzuki, Agustina, Crystha Armereo. Pipit Fitri Rahayu. *Praktikum Statistik*, Malang: Ahlimedia Press, 2020.
- Maulana, Rian, Iskandar, Masrura Maylani. "Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model." *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, Vol.2. No.2. 2018.
- Maulidi, Ali. *Teknik Memahami Statistika 2*, Jakarta : Alim's Publishing, 2012.
- Muhammad. *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Mustafa, Zinal., *Mengurangi Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009,
- Novika, wawancara, 3 Januari 2023
- Nurdin Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani, Abdul Jalil. "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah." *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, Vol.2. No.1. 2020.
- Nurhidayati, Maulida dan Novi Kurnia Cahyani, "Faktor yang mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel pada Nasabah BSI KCP Ponorogo," *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, Volume 1, Nomor 2, (2020), 146-157.



- Otoritas Jasa Keuangan: Perbankan Syariah  
<https://www.ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Pages/Undang-Undang-Nomor-21-Tahun-2008-Tentang-Perbankan-Syariah.aspx>, Diakses: 22 Desember.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Priyanto, Duwi. *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media, 2013.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistika Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: WADE Group, 2016.
- Purwoto, Agus. *Panduan Laboratorium Statistika Inferensial*. Jakarta: Grasindo, 2007.
- Putri, Nurrahma. "Kendala Dalam Pengoperasian Mobile Banking Pada Nasabah Bri Syariah (Bsi) Kota Bengkulu". *Skripsi*, Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2019.
- Rangkuti, Freddy. *Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan Iso 9001*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Riduwan. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- . *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Rustanti, Ninik. *Buku Ajar Ekonomi Pangan dan Gizi*. Yogyakarta: Deepublish, 2015
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset ,2013.
- Santoso, Singgih. *Mahir Statistik Parametrik: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2018.
- Siagian, Dergibson, Sugiarto. *Metode Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2006.
- Siregar, Syofian. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manuaal dan aplikasi SPSS 17*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- Siyoto, Sandu, dkk. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sugiyono. *Metode Peneitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta, 2016.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodelogi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2015
- Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2011.

- Sumarwan, Ujang, dkk. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Seri 1. Bogor: IPB Press, 2013.
- Sunyoto, Danang. *Prosedur Uji Hipotesis Untuk Riset Ekonomi*. Yogyakarta: CAPS, 2015.
- Suryani dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif: Teori Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Tambunan, Anggiat Parluhutan. "Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah." *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, vol.1. No.1. 2018.
- Taufiq, Ikhsan Ro'is, Akhmad Jufri. "Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology," *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol.3. No.1. 2021.
- Timotius, Kris H. *Pengantar Metodologi Penelitian: Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk Perkembangan Pengetahuan*. Yogyakarta: Andi, 2017.
- Tjiptono, Fandy. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi, 2000
- Umar, Husein. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan: Paradigma Positivitik dan Berbasis Pemecahan Masalah*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2008.
- *Metode Riset Bisnis: Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Vabiolla, Bunga, Inayatillah, dan Evriyenni. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap kepuasan nasabah bank BRI." *Scientific Journal of Students Islamic Economics and Business*, Vol.2. No.2. 2021.
- Wahono Ribut Muji, dan Ely Masykuroh, "Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas pelayanan terhadap daya saing dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Nganjuk Yos Sudarso" *Research Journal of Islamic Banking and Finance Ponorog*: Falahiya, Vol.1, 2022.
- Wahyudi, Setyo Tri. *Statistika Ekonomi: Konsep, Teori, dan Penerapan*. Malang: UB Press, 2017.

- Wardana, Aditya. "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia" *DeReMa Jurnal Manajemen*, Vol.10 No.2. 2015.
- Wulansari, Andhita Dessy. *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian* Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016.
- Wulansari, Andhita Dessy. *Aplikasi Statistika Penelitian Parametrik dalam Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016.
- Www.ojk.go.id Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008, Perbankan Syariah, Pasal 1, diakses 16 November 2022
- Yoannisa Fitri S, Azri Nur M dan Widwi Handari A. "Pengaruh Pemahaman Bertransaksi Menggunakan *Webform* BSI dan BSI *Mobile* Terhadap Kepuasan Nasabah." *Al- Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*, Vol.4. No.6. 2022.
- Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Yusmad, Muammar Arafat. *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Zeithaml, et al. "Service Quality Delivery Through Web Sites:A Critical Review of Extant Knowledge." *Jurnal, Academy of Marketing Science*, 2002.

